

**Міністерство освіти та науки, молоді та спорту України
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»**

**Економічний факультет
Рада молодих вчених економічного факультету**



ТРУДИ

***III - ї Міжнародної науково–практичної Internet -
конференції студентів та молодих вчених***

***«Стратегії інноваційного розвитку
економіки України: проблеми,
перспективи, ефективність»***

7 грудня 2012 р.

Харків – 2012

**Міністерство освіти та науки, молоді та спорту України
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»**

**Економічний факультет
Рада молодих вчених економічного факультету**

ТРУДИ

***III - ї Міжнародної науково–практичної Internet -
конференції студентів та молодих вчених***

***«Стратегії інноваційного розвитку
економіки України: проблеми,
перспективи, ефективність»***

7 грудня 2012 р.

Труди III-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність» 7 грудня 2012 р. – Х.: НТУ «ХПІ», 2012 р. - 246 с.

Труди відтворюються безпосередньо з авторських оригіналів.

СЕКЦІЯ 1 - МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

С.П. МОСТОВИЙ, доцент, к.т.н., м. Харків, НТУ «ХПІ»

Е.П. ЧЕКАЛІНА, доцент, м. Харків, НТУ «ХПІ»

І.О. КАРТИШОВА, м. Харків, НТУ «ХПІ»

НОВАЦІЇ – ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Економіка, яка на цей час активно розвивається, диктує підприємствам та організаціям такі умови, в яких вони змушені постійно змінюватися. Сьогодні, щоб відповідати вимогам часу, підприємства повинні вміти зацікавити потенційного споживача, залучити його новим товаром або послугою, утримати. Цей виклик виявляються здатними прийняти далеко не всі підприємства. Тому актуальним є втілення новації у виробничий процес для підвищення якості продукції і, відповідно, ефективності діяльності підприємства в цілому.

Новація - це не будь-яке нововведення, а тільки таке, яке серйозно підвищує ефективність діючої системи. Інновації в галузі техніки, технології, фірми праці та управління, засновані на використанні досягнень науки і передового досвіду, а також використання цих інновацій в самих різних областях і сферах діяльності.

В широкому сенсі новація (лат. novatio - зміна, відновлення) - застосування, будь якісно нове доповнення або зміна відбивається на кінцевих діях (в діяльності) або властивостях кінцевого продукту з переналагодження, змінами або навіть заміною алгоритму діяльності, новими технологіями чи пристроями (конструкціями); нововведення, якого не було раніше: нове теоретичне знання, новий метод, принцип тощо. Новація - це результат інвестування в розробку і отримання нового знання, раніше не застосовувалася ідеї по оновленню сфер життя людей і подальший процес впровадження (виробництва) цього, з фіксованим отриманням додаткової цінності (вигода, випередження, лідерство, пріоритет, докорінне поліпшення, якісна перевага, креативність, прогрес). Таким чином необхідний процес: інвестиції – розробка – процес впровадження – отримання якісного поліпшення.

Новизна споживчих властивостей технічних процесів як товарів та послуг є одним з важливих ознак новацій, значною мірою забезпечують зворотність інвестицій. Кінцевий результат новації не завжди можна абсолютно точно визначити, тому для їх здійснення створюються спеціальні інноваційні фонди, банки та інші фінансові установи.

Стимулювання нововведень – важливий чинник підвищення технологічного рівня виробництва та конкурентоспроможності національної продукції. Саме цими питаннями займається інноваційний менеджмент.

Інноваційний менеджмент допомагає ефективно управляти процесами інноваційної діяльності, пов'язаними із створенням, освоєнням, виробництвом, і поширенням серед споживачів нових, прогресивних продуктів і послуг.

Всі аспекти інноватики, від проведення фундаментальних досліджень, до торгово-промислової діяльності і згортання проекту повинні чітко і ефективно управлятися. Тільки такий підхід дозволить оцінити, зробити правильний вибір і, в кінцевому підсумку, отримати вигоду з інноваційної діяльності.

Отже, для підвищення ефективності діяльності підприємство має використовувати всі вигоди впровадження новацій у виробництво, адже саме від нього залежить скоординована робота багатьох підрозділів підприємства з виведення на ринок нового товару.

Список літератури: 1. Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком [Текст] / монографія [О.М. Азарян, М.П. Денисенко, В.Я. Заруба] – Суми : Університетська книга, 2010. – 431 с. 2. Матросова В.О. Резерви підвищення ефективності інноваційної діяльності промислових підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.02.02 / Матросова Вікторія Олександрівна ; НТУ «ХПІ». – Х., 2003. – 18 с.

Н.Г. СІКЕТІНА, асистент, м. Харків, НТУ «ХПІ»

МЕХАНІЗМ КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Методологія дослідження економічної ефективності діяльності підприємства включає такі компоненти: виявлення проблеми в його діяльності на основі аналізу проблемної ситуації; формування цілей прийняття рішення; виявлення

повного переліку можливих альтернатив або варіантів рішення; вибір допустимих альтернатив й критеріїв їхньої оцінки; попередній вибір найкращої альтернативи. Методологія – базове начало системного аналізу, що включає визначення понять, які використовуються, принципи системного підходу, а також, постановку та загальну характеристику основних проблем організації системних досліджень. Якщо розглядати економічний механізм або механізм управління, то існує велике розмаїття визначень поняття «механізм управління».

Під механізмом управління розуміється сукупність процедур прийняття управлінських рішень; комплексний механізм управління являє собою сукупність економічних, мотиваційних, організаційних і правових способів цілеспрямованої взаємодії суб'єктів господарювання і вплив на його діяльність, що забезпечують узгодження інтересів взаємодіючих сторін, об'єктів і суб'єктів управління; у роботі автори мають на увазі сукупність форм, структур, методів і способів управління, об'єднаних спільністю мети, за допомогою яких здійснюються, забезпечуються функціонування і розвиток підприємства як соціально-економічної системи; під механізмом розуміється сукупність засобів і методів управління, зчеплення, яке визначає можливість цілеспрямованого руху системи [1, 2, 3]. У монографії [4] механізм управління розглядається з точки зору управління розвитком підприємства, який включає: механізм управління цілями розвитку підприємства; механізм діагностики підприємства; механізм прийняття рішень з управління розвитком підприємства.

Резюмуючи всі попередні визначення механізму оцінки економічної ефективності діяльності, можна констатувати, що по-перше він, представляє собою сукупність методів для вирішення досліджуваної проблеми, а, по друге, об'єднує (пов'язує) теоретичні розробки й практичну діяльність підприємства.

Отже, у процесі розробки теми дослідження виникла така проблема – оцінка економічної ефективності діяльності вітчизняних підприємств із врахуванням рівня конкурентоспроможності продукції. В цьому випадку метою є необхідність виявлення факторів, які впливають на економічну ефективність діяльності підприємства.

В процесі аналізу літературних джерел та власної точки зору

на означену проблему, виявлено такі фактори, що впливають на економічну ефективність діяльності підприємства: виробничі та комерційні фактори, конкурентоспроможність продукції, життєвий цикл товару. В свою чергу, на конкурентоспроможність продукції впливають якісні, цінові, нецінові та логістичні фактори. Для вирішення цієї проблеми розроблено методологічний та практичний підхід щодо оцінки взаємозв'язку економічної ефективності діяльності підприємства та конкурентоспроможності його продукції, який являє собою механізм комплексної оцінки економічної ефективності діяльності вітчизняних підприємств, який ґрунтується на принципах системного підходу.

Слід відзначити, що впровадження механізму управління, і зокрема, механізму управління економічною ефективністю діяльності підприємства неможлива без реалізації її комплексної оцінки.

Список літератури: 1. Бурков В.Н., Новиков Д.А. Как управлять организациями. – М. : Синтег, 2004. – 400 с. 2. Круглов А.Е. Стратегическое управление компанией: Уч. для вузов – М. : ИНФРА-М, 1998. – 768с. 3. Теория управления: Учебник / под общ. ред. А.А. Гапоненко, А.П. Панкрухина. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – 558 с. 4. Раєвнева О.В. Управління розвитком підприємства методологія, механізми, моделі. – Х.: ІД «ИНЖЭК», 2006 – 356 с.

Т.С. ГАНЗУЛЯ, магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ РОБОЧОГО ЧАСУ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасному офісі система управління персоналом відіграє все більшу роль. Особливо важливою вона є для менеджерів, оскільки саме керівники повинні управляти не тільки своїм робочим часом, але і часом своїх співробітників. Делегуючи повноваження, розставляючи пріоритети, керівник тим самим мотивує працівників на досягнення результату. Важливим є вміння самого співробітника ефективно розподіляти свій робочий час, адже його робота - це не тільки правильне виконання поставлених завдань, але й пошук нових методів вирішення завдань, тобто організація самого себе.

На нашу думку найбільш коректне визначення управління персоналом є наступне: управління персоналом — це і наука, і

мистецтво ефективного управління людьми з різними цілями і потребами в умовах їх професійної діяльності.

Метою управління персоналом є допомога організації виконати її стратегічні цілі за рахунок залучення та обслуговування співробітників, а також їх ефективному управлінні. Тобто управління персоналом спрямоване на забезпечення відповідності між управлінням співробітників організації та загальним стратегічним напрямом діяльності компанії.

Якщо управління персоналом ефективно інтегровано в підприємство, то воно забезпечує значний економічний ефект для компанії. Стратегія управління персоналом зазвичай складається з наступних факторів:

- існує взаємозв'язок між стратегією управління персоналом і загальною корпоративною стратегією, яка прагне управляти людськими ресурсами для задоволення потреб людини і досягнення поставлених завдань.

- тісна співпраця між персоналом та вищим керівництвом у розвитку корпоративної стратегії. Вищестояще керівництво повинне бути присутнім при розробці корпоративних цілей організації.

- постійний моніторинг стратегії управління персоналом, за допомогою співробітника який веде зворотний моніторинг організації.[2,стор.28]

При впровадженні систем обліку робочого часу персоналу важливо користуватися результатами аналізу, зіставляючи статистику програми з результатами роботи співробітника. Методологія планування робочого часу співробітників компанії є складовою концепції управління персоналом. Основною метою використання цієї концепції є підвищення продуктивності за рахунок:

- складання оптимального розкладу роботи операторів;
- ефективного планування чисельності персоналу на підставі аналізу роботи центру обробки викликів за попередні періоди часу;
- моніторингу роботи операторів у режимі реального часу;
- створення комфортного робочого середовища для операторів і т.д. [1, стор.48]

Отже, сучасна система управління персоналом повинна стимулювати співробітників, залучати їх до процесу управління своїм робочим часом.

Співробітники завжди є основою успіху будь-якої компанії. Ефективне управління персоналом відіграє важливу роль у кадровій і професійній підготовці підприємства і допомагає управляти людьми так, що б цілі співробітників компанії та самої компанії збігалися максимально можливим чином.

Список літератури: 1. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навчальний посібник. – К.: Кондор. – 2003. – 296с. 2. Петюх В.М. Управління персоналом: Навч.-метод посібник для самостійного вивчення дисципліни. - К: КНЕУ, 2000. – 285с.

Ф.А. ДОУРТМЕС, магістрант, НТУ «ХПИ», Харків

УПРАВЛЕНИЕ АДАПТАЦИЕЙ РАБОТНИКОВ

Адаптация это процесс взаимного приспособления человека и окружающей среды как производственной, так и социальной. Длительность прохождения адаптационных процессов в пределах четырех лет определяется многими факторами, в том числе и наличием системы помощи в адаптации. Однако в настоящее время многие организации резко ограничивают сроки адаптации, а иногда вообще не отводят на это время. В то же время от успеха адаптации зависит последующая отдача и стабильность положения работника в организации, его отношение к труду. В течение жизни человеку неоднократно приходится адаптироваться: смена работы, рабочего места, состава коллектива, семейного положения и т.д. При этом процесс адаптации двусторонний: как работник приспособляется к новым трудовым и социально-психологическим факторам, так и коллектив, руководство приспособляются к работнику, отводя ему ту или иную социальную роль, устанавливая статус, включают в систему взаимодействия.

Различают три взаимосвязанных аспекта трудовой адаптации:

- профессиональный аспект включает овладение умениями, навыками, развитием личностных качеств, требуемых новым

рабочим местом, таких как ответственность, деловитость, внимательность. Успешность и скорость профессиональной адаптации определяются имеющейся у работника квалификацией, образования, опыта, а так же отношением к профессии и удовлетворенности ею.

- психофизиологический аспект трудовой адаптации связан с освоением психофизиологических и санитарно-гигиенических условий труда. Основными показателями динамики этого процесса является степень утомляемости работника, изменение производительности его труда, условия труда, его тяжести.

- социально-психологический аспект адаптации связан с включением работника в систему взаимоотношений коллектива, освоением его традиций, правил, норм и других элементов. Динамика этого процесса зависит от личностных свойств работника, его характера, стиля деятельности, воспитания и др.

Четкая и квалифицированная работа службы управления персоналом по адаптации работников способствует ее быстрому прохождению при минимальных затратах ведет к снижению частоты несчастных случаев и числа уволенных.

На скорость и эффективность трудовой адаптации влияет ряд организационно-экономических и социальных факторов, среди которых можно выделить неблагоприятные условия труда, монотонность, интенсивность труда, завышенные нормы времени и обслуживания, не соответствие квалификации работника требованиям рабочего места и другие.

Важную роль играет организация контроля и регулирование процесса адаптации. В современных условиях функции контроля за процессом адаптации возлагаются на службы управления персоналом, линейных руководителей, профсоюзную организацию. Процесс адаптации касается не только начинающих, но и всех других работников, у которых часто меняется рабочее место, коллектив и другие обстоятельства. Поэтому процесс адаптации у этих работников заслуживает контроля и организации.

Список литературы: 1.Иоachim Хентце. Теория управления кадрами в рыночной экономики.-М.:»Международные отношения», 1997. 2. Спивак В.А. Организационное поведение и управление персоналом. Учебное пособие для ВУЗов.-Питер.,2001. 3. Матросов А.Д., Дюжев В.Г., Матросова В.А., Погорелов И.Н. Управление персоналом.- Харьков НТУ «ХПИ», 2007.

Л.В. ЖАДАН, доцент, канд. екон. наук, м. Харків, НТУ «ХПІ»
В.Ю. ВЕРЮТІНА, ст. викладач, м. Харків, НТУ «ХПІ»
І.С. ЛОКТІОНОВА, студентка, м. Харків, НТУ «ХПІ»

СУЧАСНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

В умовах формування ринкової економіки однією з найважливіших проблем є проблема росту продуктивності праці. Дослідження показали, що 80 % росту продуктивності праці досягається за рахунок науково-технічного прогресу. Останні 20 % росту продуктивності праці забезпечують організаційні фактори, зокрема рівень організації управління персоналу.

Мистецтво управляти працівниками – це результат спеціальної професійної підготовки управлінських кадрів, товар, який сьогодні користується великим попитом та високо оцінюється на ринку професійних послуг.

В сучасних умовах основу управління персоналом становить людино-центристський погляд, згідно якого працівник приймається як основна цінність персоналу, як особа зі своїм характером, мотивацією, прихильностями. Кожен співробітник – це джерело загального інтелекту підприємства. Від нього залежить якість продукції та прибуток організації. В зв'язку з цим необхідно максимально розвивати та підтримувати ініціативу, творчість співробітника, стимулювати досягнення та особистий вклад кожного.

Управління персоналом необхідно здійснювати на сопричетній основі. Співпрацівники повинні відчувати свою причетність до рішення виникаючих проблем, не почувати необхідний контроль зі сторони керівництва, який сковує їх діяльність, заважає прояву самостійності. Підлеглі, які виконують накази та розпорядження, повинні обов'язково розуміти їх раціональність. При цьому контроль повинен базуватися на довірі.

В процесі контролю виділяють три етапи: розробка стандартів і критеріїв, порівняння з ними реальних результатів і прийняття необхідних корегуючих дій. На кожному етапі реалізують комплекс заходів. На першому етапі контролю – це визначення стандартів, тобто конкретних цілей, які піддаються вимірюванню, та мають часові межі. Для управління необхідні стандарти у вигляді показників результативності об'єкту

управління для всіх його основних областей, які розраховуються при плануванні.

На другому етапі порівнюють показники функціонування з установленими стандартами, визначається інтервал відхилень.

Наступний етап передбачає вимірювання результатів. Порівнюючи результати за стандартами, визначаються дії, які необхідно здійснити

Важливе місце в управлінні персоналом займає формування відношення співробітництва, згідно якого всі повинні бути зацікавлені в успіхах діла. Тільки з ним пов'язувати можливості задоволення своїх потреб.

Довіра до людини лежить в основі гуманізації відносин в управлінні персоналом. Вона передбачає включення в управлінських процес делегування виконавцям рядо відповідальних повноважень. Довіра до людини лежить в основі розвитку його творчої ініціативи.

В управлінні персоналом значне місце займає підвищення рівня кваліфікації сучасного керівника. Сучасний керівник повинен бути носієм організаційних змін. Це особа, яка вміє розробляти нові підходи в рішенні проблем, це спеціаліст, який пропагує нові цінності серед співробітників, готовий подолати будь-які труднощі.

Керівник повинен бути генератором нових ідей, вміти управляти процесом нового. Для такого керівника характерно творче мислення, тобто уміння відкинути традиційні, стандартні рішення, можливості знаходити нові, оригінальні рішення, мислити варіантно, та вибирати оптимальне.

Таким чином, реалізація сучасних підходів в управлінні персоналом дозволить змінити відношення виконавця до праці, подолати кордон між керівником і працюючим, досягти високої якості продукції та кращих техніко-економічних показників.

А.Ю. ІВЧЕНКО, магістрант, НТУ «ХПІ»

СТРАТЕГІЧНЕ ФІНАНСОВЕ УПРАВЛІННЯ У БАНКУ

Концепція стратегічного управління довела свою життєздатність в умовах вітчизняного ринку банківських послуг: найбільш конкурентоспроможними серед українських банків на

сьогодні є ті, які в своєму розвитку дотримуються чіткої стратегії та приділяють значну увагу її формуванню і коригуванню відповідно до зміни умов оточення.

Питання особливостей створення і функціонування механізму фінансового стратегічного управління у банку, удосконалення процедури фінансового стратегічного планування та контролю в банку, є недостатньо розробленими і не доведеними до рівня практичного застосування. На сьогодні з півтори сотень вітчизняних банків розробка фінансової стратегії здійснюється тільки в “Аваль”, Приватбанку, Укрсиббанку, Укрсоцбанку та ще у двох-трьох банках.

Під фінансовою стратегією банку на практиці найчастіше розуміється частина фінансової діяльності, зорієнтована на строк понад одного року, основне завдання якої полягає у генеруванні позитивного фінансового гепу, тобто позитивної різниці між чуттєвими до зміни відсотка активами та пасивами.

Фінансова стратегія – це невід’ємна частина загальної стратегії та місії організації. При цьому загальні стратегічні цілі та фінансові стратегічні цілі є тісно взаємопов’язаними [1].

За результатами аналізу діяльності вітчизняних банків робиться висновок про те, що через різноманітні об’єктивні та суб’єктивні причини система стратегічного управління практично в усіх банках обмежується лише процедурою фінансового планування. Багато в чому ця обставина зумовлена відсутністю науково-методичної бази стратегічного фінансового управління.

В умовах банківської системи процедура стратегічного управління значною мірою визначається саме ефективністю управління фінансовими ресурсами як головним об’єктом і результатом діяльності банківської установи. З метою вирішення задачі ефективного стратегічного фінансового управління необхідно використовувати методологія, згідно з якою відбувається орієнтування на фінансову стратегію як на процес управління в довгостроковому періоді, що складається з взаємопов’язаних функцій. Стратегічні функції аналізу, планування, організації, мотивації та частково контролю у банківській діяльності реалізуються через відповідні специфічні для банківської сфери види діяльності: фінансовий аналіз, фінансове планування, бізнес-планування, бюджетування,

управління активами та пасивами, управління власними коштами та управління ризиками.

Для вибору вірної стратегії конкретними банківськими установами необхідно розробити комплексний механізм оцінки конкурентоспроможності банків з урахуванням специфіки банківської діяльності та пристосованістю до ринкових умов. Конкурентоспроможність у банківській сфері має визначатися сукупністю показників, які враховують ринкові позиції банку. Серед цих показників особливе значення мають ті, які характеризують обсяги наданих кредитів та залучених депозитів. Отримані оцінки конкурентоспроможності сприятимуть вдосконаленню системи стратегічного фінансового управління.

Рекомендується, щоб процес стратегічного фінансового управління у банку був сфокусований на питаннях впровадження розробленої фінансової стратегії у життя. При цьому банк має використовувати одну з доступних систем збалансованих показників ефективності, яка ставить за мету поєднання фінансових показників з відповідними не фінансовими показниками і спрямована на забезпечення безпосередньої реалізації фінансової стратегії.

Список літератури: 1. Синки Дж. Управление финансами в коммерческих банках: Пер. с англ. /Под ред. Р. Я. Левиты, Б. С. Пинскера. 4-е изд. - М.: Catallaxy, 1994.

А.А. ПАЛИЕНКО, магістрант, г.Харьков. НТУ «ХПИ».

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Корпоративная культура не только отличает одну организацию от другой, но и предопределяет успех ее функционирования и выживания. Она порождает у людей чувство уверенности, гордости за свою компанию. Успех современной организации в какой-либо сфере достигается с помощью определенной инновационной корпоративной культуры. Её отсутствие может серьезно препятствовать продвижению инновационных идей и, как следствие, реализации этих инноваций.

Состояние инновационной корпоративной культуры зависит в первую очередь от управленца, авторитета организации. Современные руководители и управляющие рассматривают культуру своей организации как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения и отдельных лиц на общие цели, мобилизовать инициативу сотрудников и облегчать продуктивное общение между ними. Таким образом, необходимым является повышение эффективности производственного менеджмента и, как следствие, улучшение деятельности предприятия в целом.

Корпоративная культура — совокупность моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов организации. Корпоративная культура предприятия может быть либо консервативной, либо инновационной, т.е. либо благоприятствовать внедрению инноваций, либо отвергать их. Инновационную культуру следует понимать как совокупность знаний, умений и компетенций, используемых и приобретаемых в процессе всестороннего освоения и производства новшеств. Трансформация корпоративной культуры в культуру инновационную происходит путем формирования и достижения целевой установки создания, освоения и продвижения инноваций. Инновационная корпоративная культура позволяет не просто быстро адаптироваться к изменениям внутренней и внешней среды, но и получать положительный эффект от этих изменений.

Если предприятие имеет четко сформулированную инновационную стратегию и неукоснительно соблюдает её, менеджеры могут скорректировать ситуацию, причём так, чтобы она стала выигрышной для большинства работников. Корпоративная культура инновационной организации должна ориентировать персонал на более быстрое принятие инноваций, а инженерно-технических работников – на генерацию идей.

О высоком уровне инновационной культуры на предприятии нужно заботиться постоянно, но особенно в преддверии крупных изменений (например, корректировка организационной структуры, запуск новой продукции), иначе эти изменения не будут успешны. Для того чтобы привить

сотрудникам желание разрабатывать инновации, руководителям компаний необходимо следующее:

- терпимо относиться к неудачам своих подчиненных;
- уметь закрывать глаза на то, каким образом люди трудятся над своими проектами;
- уметь быть доступными для сотрудников;
- не поддаваться желанию автоматически говорить «нет»;
- подкреплять свои обещания необходимыми ресурсами;
- говорить сотрудникам компании о роли и важности инноваций;
- обеспечивать достойное вознаграждение в случае успеха.

Этап	Предлагаемые мероприятия
Сбор информации и её анализ	Анкетирование сотрудников предприятия с целью выявления отклонений от желаемого уровня инновационной культуры. Формулируются основные проблемы и задачи инновационного развития предприятия.
Разработка программы действий	Разработка программы обучения персонала для создания в коллективе убежденности в необходимости изменений, а также системы мотивации персонала к инновационной деятельности.
Создание предпосылок формирования	Создаются целевые группы для формирования системы информирования персонала.
Реализация программы формирования инновационной культуры предприятия	Обучение персонала, корректировка кадровой политики предприятия, реализация новой системы стимулирования и мотивации.
Контроль за формированием инновационной культуры	Выделяются контрольные показатели, по которым будут определяться изменения инновационной культуры предприятия. Проводится контроль за реализацией изменений инновационной культуры предприятия.

Рис. 1. Программа развития инновационной культуры предприятия

Преобразование корпоративной культуры в инновационную должно проходить несколько этапов (Рис.1). Такая последовательная система мер будет способствовать не только благоприятному климату в коллективе, но и генерации от сотрудников инновационных идей, что крайне важно в условиях рыночной экономики.

Таким образом, культуру инноваций должно поддерживать высшее руководство компании. Его задачей является поощрение разработки новых продуктов и других неординарных

проектов. При отсутствии такой поддержки попытки разработать товары с применением новых технологий обречены на неудачи. Следовательно, повышение инновационной культуры на предприятии будет способствовать мотивации работников к инновационной деятельности.

Ю.И. ИГНАТЬЕВА, магистр, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЕЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Кадровый инновационный потенциал организации - это мера способности и готовности персонала и руководства организации осуществлять инновационную деятельность в рамках данной организации. Современные методы развития кадрового потенциала организации основаны на активном использовании возможностей рынка труда, формировании кадровой политики, а также на совершенствовании механизмов инновационного развития технологий управления персоналом. При этом методы инновационного формирования кадрового потенциала организации базируются на принципах нормативно-правового регулирования и разработке стандартов управления кадрами. Это позволяет провести анализ внутриорганизационной структуры и перспектив совершенствования данного направления деятельности на основе взаимодействия отделов PR (Public Relations – связей с общественностью) и HR (Human Resources – человеческих ресурсов) организации, эффективно планировать условия его применения и активно развивать инфраструктуру управления кадровыми ресурсами.

По-сути, организацию взаимодействия PR и HR отделов с целью совершенствования инновационного развития исследуемого нами потенциала компании можно считать своеобразной инновацией, способствующей повышению рациональности использования кадровых ресурсов. Каждый отдел занимает важное место в структуре организации и по-

своему влияет на процессы инновационного развития кадрового потенциала.

Кадровые службы или отделы HR любой фирмы были и остаются одним из ключевых звеньев ее структуры. Но теперь эта работа требует настоящего творческого подхода, потому что вместо формальной записи в трудовой книжке «кадровик» должен уметь раскрыть, понять человека, определить, годится ли он на конкретную должность. Да и сам список кадровых специалистов заметно расширился. Современные сотрудники служб персонала (HR-менеджеры) отмечают необходимость подхода к трудоустройству не с точки зрения организации, а с позиции человека. Если последний на своем месте будет чувствовать себя комфортно, то в целом выиграет и компания, а если позволять ей «перемалывать» людей, превращая их в безликие кадры, то в результате в проигрыше окажутся и фирма, и специалисты.

По мнению ряда исследователей, новые модели управления предусматривают:

- формирование корпоративной (организационной) культуры предприятия способствующей инновационной;
- создание условий для самообразования работников, повышения их квалификации и постоянного самосовершенствования;
- повышение творческой (креативной), организаторской роли сотрудников компании;
- адаптивное и гибкое использование «человеческого ресурса»;
- информационное обеспечение сотрудников компании;
- материально-техническое обеспечение трудовых процессов литературы

Список литературы: 1. Сериков А.В. Компетентностный подход к формированию инновационного мышления. // В кн. «Формирование промышленных кластеров в концепции инновационного развития региона». СПб.: Изд. «Инфо-да». 2008. Стр. 202-209; 221-228-0,8 п.л.; 2. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. 8-е изд. переведен с англ. Под ред. С.К. Мордовина. СПб Питер, 2008. 3. Аверин А.Н. Управление персоналом, кадровая и социальная политика в организации: учеб. пособие. — Изд. 2-е. -М.: «РАГС», 2005. 224 с. 4 Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. «Сфера услуг: экономика», - М.; КНОРУС, 2007. - 328 с.

Т.О. КУЧЕР, студентка, НТУ «ХПИ»

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УКРАИНЕ

Управление персоналом является одной из важнейших функций менеджмента, так как человек был, и остается основной производительной, творческой силой, несмотря на все достижения в области механизации и автоматизации.

Научно-технический прогресс приводит к глубоким изменениям методов труда, что, в свою очередь, требует новых форм организации и управления персоналом, направления на повышение эффективности использования человеческих ресурсов.

Многие зарубежные страны накопили значительные сведения в области теории и практики управления персоналом. К сожалению, наша отечественная наука управления развивалась самостоятельно и обособленно, часто игнорируя зарубежный опыт управления. В течение многих десятилетий в нашей стране господствовала административно-командная система управления, направлявшая в основном свои усилия на критику зарубежного опыта управления.

Необходимо более детально рассмотреть основные проблемы управления персоналом в Украине.

Главной целью существования любой организации является получение максимальной прибыли при низких затратах на производство. Сосредотачивается внимание на рентабельности и производительности организации. В свою очередь эти цели конкретизируются, находя выражение в таких определениях, как увеличение доли рынка, разработка новой продукции, повышение качества услуг, подготовка и отбор руководителей, а также социальная ответственность. С другой стороны, государственные учреждения, которые не являются коммерческими организациями, формулируют свои цели, например, как предоставление конкретных услуг в рамках определенных бюджетных ограничений.

Главное в отношении к работе – выполнение обязанностей и реализация заданий, целью которых является получение необходимого вознаграждения. Сегодня часто приходится сталкиваться с таким положением, когда не только рядовые сотрудники и специалисты, но и руководители не проявляют особой приверженности организации, в которой они работают.

Как следствие, это проявляется в безразличном отношении к делу и в таком поведении на работе, которое не отвечает ни интересам компании, ни требованиям эффективности.

Руководство целенаправленно не задает ценностных ориентиров сотрудникам, а молодежь, приходя в уже сложившиеся организации, быстро усваивает доминирующие там ценности, порядки и модели поведения. У работников отсутствует высокий уровень внутренней ответственности за результаты своей работы, искреннее стремление помочь своей компании в достижении ее целей.

Принятие решений происходит сверху вниз, т.е. главные решения принимает руководитель. Это означает четкое указание от лица, принимающего решение, о том, что нужно делать, после чего совершаются предписанные действия и предоставляется необходимая информация исполнителям. Зачастую в распоряжении сотрудников, которых затрагивает изменение, имеется мало возможностей повлиять на предложения тех, кто принимал решение.

Таким образом, украинский менеджмент с каждым годом все больше пытается внедрять западные схемы управления, не всегда учитывая особенности местного менталитета. Украинский менталитет совмещает американский дух индивидуализма и японские работоспособность и стремление к совершенствованию, но не учитывает, что для успешного управления персоналом достаточно создать благоприятные условия труда и обрисовать реальные перспективные возможности.

Ю.Ю. МІРОШНІЧЕНКО, студент-бакалавр, м.Харків, НТУ
“ХПІ”

МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАДОМ

Одним з найважливіших складових елементів менеджменту підприємства є управління персоналом як система ефективного управління працівниками і їх діяльністю.

Управління персоналом багато в чому розвивається одночасно із загальносвітовою цивілізацією. Підприємство стали

розглядати як сукупність інтересів різних груп, а персонал - як основний елемент всієї системи управління. Широке поширення одержали різні форми участі працівників у процесах організації праці на підприємстві. Таким чином, людський фактор стає стратегічним фактором ефективного функціонування підприємства в сучасних нестабільних умовах ринку.

В умовах ринкової економіки управління персоналом повинно набувати системності і завершеності на основі комплексного рішення кадрових проблем, впровадження нових і удосконалення існуючих форм і методів кадрової роботи.

Комплексний підхід до управління персоналом передбачає урахування організаційно-економічних, соціально-психологічних, правових, технічних, педагогічних і інших аспектів у їхній сукупності і взаємозв'язку при визначальній ролі соціально-економічних факторів.

Системний підхід до управління персоналом передбачає урахування взаємозв'язків окремих аспектів управління кадрами і виражається у розробці кінцевих цілей, визначенні шляхів їх досягнення, створенні відповідного механізму управління, що забезпечує комплексне планування, організацію і стимулювання системи роботи з персоналом.

Головним елементом усієї системи управління є персонал, який одночасно може бути об'єктом, так і суб'єктом управління. Останнє являє собою основну специфічну особливість управління персоналом.

Управління персоналом являє собою процес планування, підбору, підготовки, оцінки, навчання та мотивації персоналу, спрямований на ефективне його використання та досягнення цілей підприємства і працівників.

[1] Сутність управління персоналом розкривається за допомогою таких понять, як: трудові ресурси, трудовий колектив, персонал, кадри, людські ресурси, кадровий потенціал.

Трудові ресурси – це фізично розвинута частина населення, що володіє розумовими здібностями і знаннями, які необхідні для роботи у народному господарстві.

Поняття «трудові ресурси підприємства» характеризує його потенційну робочу силу.

Кадровий потенціал підприємства – це гранична величина можливості участі працівників підприємства у його діяльності з

урахуванням їх компетентності, психофізичних особливостей, інтересів, мотивацій.

Поняття «трудовий колектив» можна розглядати з двох боків, зокрема, як:

- Соціальну організацію (представлена адміністративно-правовою структурою);
- Соціальну спільність (представлена спонтанно виникаючими між-особистими зв'язками, структурою малих груп, поділом персоналу підприємства на соціальні групи).

Персонал підприємства – це сукупність його працівників (постійних і тимчасових, кваліфікованих і некваліфікованих), що працюють по найму та мають трудові відносини.

Людські ресурси підприємства - сукупність соціальних, психологічних і культурних якостей його працівників.

Трудовий потенціал працівника - це сукупність фізичних і духовних якостей людини, що визначають можливість і межі її участі у трудовій діяльності.

Управління персоналом здійснюється в процесі виконання певних цілеспрямованих дій і передбачає такі основні етапи і функції: визначення цілей і основних напрямків роботи з персоналом; визначення засобів, форм і методів досягнення цілей; організація роботи щодо виконання прийнятих рішень; контроль виконання запланованих заходів; координація розроблених заходів.

Система управління персоналом являє собою комплекс цілей, задач і основних напрямків діяльності, а також різних видів, методів і відповідного механізму управління, спрямованих на підвищення продуктивності праці і якості роботи.

Методи управління персоналом – це способи впливу на колективи та окремих працівників з метою здійснення координації їхньої діяльності в процесі функціонування підприємства. Методи управління персоналом поділяються на три основні групи: адміністративні, економічні і соціально-психологічні.

Складність і багатогранність управління персоналом передбачає багатоаспектний підхід до його розглядання. [2]Аспектами управління персоналом є:

- Техніко-технологічний (відображає рівень розвитку конкретного виробництва, особливості використовуваних у ньому техніки і технології, виробничі умови та ін.);

- Організаційно-економічний (містить питання, пов'язані з плануванням чисельності і складу персоналу, їх матеріальним стимулюванням, використанням робочого часу, організацією діловодства і т.д.);

- Правовий (включає питання дотримання трудового законодавства у кадровій роботі);

- Соціально-психологічний (відображає питання соціально-психологічного забезпечення управління персоналом, упровадження різних соціологічних і психологічних процедур у практику кадрової роботи);

- Педагогічний (передбачає рішення питань, пов'язаних з вихованням кадрів, наставництвом та ін.)

Принципи, покладені в основу ефективного управління персоналом, досить різноманітні. Вони носять багаторівневий характер (загальні, часткові, спеціальні, окремі) і поширюються на різні сфери діяльності (управління працею в масштабах усього суспільства, галузі, підприємства, окремого працівника).

Серед загальних принципів управління персоналом виділяють: науковість, плановість, комплексність (системність), безперервність, нормативність, економічність, зацікавленість, відповідальність і т.п.

До часткових принципів управління персоналом належать: відповідність функцій управління цілям виробництва; індивідуалізація роботи з кадрами; демократизація роботи з кадрами; інформатизація кадрової роботи, забезпечення її рівня, достатнього для прийняття обґрунтованих рішень; підбір кадрів для первинного виробничого колективу з урахуванням психологічної сумісності та ін..

В сучасних умовах основним в управлінні персоналом є принцип підбору і розставлення кадрів по їх особистих і ділових якостях.

Список літератури: 1. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини. — К.: Знання, 2004. — 535 с. 2. Крушельницька О.З., Мельник Д.П. Управління персоналом. — К.: Кондор, 2003. — 296 с.

Г.О. ЛІСОВСЬКА, магістрант, м. Харків, ХНУБА

М.І. ЛАРКА, канд. екон. наук, професор, м. Харків, НТУ
«ХПІ»

ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПРИ ПРОВЕДЕННІ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН

Організаційні зміни, як правило, є довготривалим процесом і саме через це їх слід визначати як стратегічні. Стратегічний менеджмент необхідно сприймати як процеси, що забезпечують підприємству динамічне, інтерактивне та ефективне реагування на вплив зовнішнього середовища. При цьому необхідно пам'ятати про основні функції менеджменту (планування, організація, мотивація, контроль та корегування) та використовувати їх.

Для прийняття стратегічного рішення про організаційні зміни на підприємстві необхідно з'ясувати, де знаходиться підприємство і яких змін воно потребує. Після цього необхідно дослідити здатність та потребу підприємства до будь-яких можливих організаційних змін.

Стратегічне планування націлене на взаємодію зі зовнішнім світом та спрямоване на розв'язання проблем, що виникли на підприємстві.

В управлінні організаційними змінами необхідно використовувати наступні загальні принципи стратегічного менеджменту:

- вищий рівень управління підприємством повинен мати бажання використовувати принципи стратегічного менеджменту та вміти перетворювати його на конкретні дії;

- рішення повинні ухвалюватись об'єктивно на основі всіх доступних даних;

- результати діяльності підприємства мають бути зафіксованими, а очікуваний ефект від ухваленого рішення має вимірюватись кількісно;

- процеси комунікації повинні ретельно плануватися;

- підходи до планування мають бути добре відомі всім на підприємстві, хто буде причетним до реалізації заходів по впровадженню організаційних змін.

Вищеназвані загальні принципи стратегічного менеджменту є справедливими для підприємств будь-яких галузей. Не є виключенням і підприємства, що займаються виробництвом та

реалізацією молочної продукції. Вони, як і інші, мають застосовувати принципи стратегічного менеджменту організаційних змін для досягнення більш ефективних результатів своєї виробничо-господарської діяльності.

Серед особливостей функціонування підприємств, що займаються виробництвом та реалізацією саме молочної продукції необхідно виділити такі:

- достатньо велика загальна кількість конкурентів на ринку;
- достатньо велика кількість конкурентів, які є власниками приватних сільськогосподарських підприємств;
- достатньо великий попит на молочну продукцію;
- необхідно враховувати, що молочна продукція є швидкопсувною, що потребує спеціальних технологій для її виробництва, зберігання, транспортування та реалізації;
- продукція має бути якісною та мати необхідні сертифікати, які підтверджують її відповідність встановленим стандартам і нормам.

Усі ці особливості необхідно враховувати при розробці та впровадженні в життя заходів щодо проведення організаційних змін. Найголовніше, що потребують підприємства цієї галузі, це постійне оновлення та покращення технологій і обладнання для виробництва і зберігання молочної продукції.

Використання принципів організаційних змін та правильне їх застосування може вивести будь-яке підприємство на інший рівень розвитку та значно підвищити ефективність його діяльності. Для цього необхідно визначити всі слабкі сторони підприємства та особливості його діяльності, розробити план дій та чітко дотримуватись його в своїй діяльності.

О.В. НАЗАРЕНКО, студентка, г. Харків, НТУ «ХПИ»

ПРОБЛЕМА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА РЫНКЕ ТРУДА В УКРАИНЕ

В Украине, а ранее в СССР достаточно долго считалось, что человек должен выбирать профессию, а затем и место работы один раз на всю жизнь. Иметь единственную запись в трудовой книжке считалось почетным. В наше время такое положение не актуально. Даже при наличии постоянной, стабильной работы

необходимо владеть информацией о том, какие специальности и профессии пользуются спросом на рынке труда, где их можно приобрести, каковы требования предъявляемые работодателями.

Людям мобильным, энергичным, готовым осваивать новое и при необходимости менять направление профессиональной деятельности вряд ли грозит безработица. Поэтому, если есть возможность посещать какие-либо дополнительные курсы, то ею обязательно стоит воспользоваться. Тем более в большинстве случаях по окончании выдается диплом или удостоверение. Так же повышению конкурентоспособности на рынке труда способствует приобретение различных дополнительных знаний - языковых, компьютерных, знаний по конкретным специальностям, в различных отраслях.

Лучше, когда новая специальность сочетается с прежним профессиональным опытом, это дает дополнительное преимущество на рынке труда. Так, имея базовое медицинское образование, можно овладеть навыками массажа или мануальной терапии, повысив тем самым свою ценность как многопрофильного специалиста. Главное, чтобы посещение курсов не стало самоцелью, а способствовало последующему трудоустройству.[1]

Проблема конкурентоспособности молодежи на рынке труда заключена не только в качестве выпускаемых специалистов, но и в том, насколько профиль их подготовки соответствует запросам сегодняшнего рынка труда. Эта проблема порождена инерцией индустрии образования, которая не придает должного внимания трудоустройству выпускников, не способна гибко реагировать на постоянно изменяющиеся потребности рынка труда в тех или иных специалистах. До сих пор в стране не создана эффективная система профориентации и трудоустройства студентов – каждое учебное заведение самостоятельно трудоустраивает своих выпускников.

Удовлетворенность будущей работой во многом зависит от правильности выбора профессии, который происходит, как правило, в школьном возрасте. Парадоксальность ситуации в том, что этому не учат в школе и молодые люди, зачастую, вынуждены интуитивно определять тип профессии, который наиболее полно соответствует их психологическим особенностям и способностям.

На рынке труда высоко ценятся специалисты профессионально подготовленные, грамотные и, несмотря на молодость, опытные. Это, конечно, трудно. Учитывая, что для получения опыта, в любом случае приходится в той или иной степени жертвовать учебной практикой. На данный момент это одна из главных проблем будущих специалистов. Работодатель требует по окончании ВУЗа опыт работы 1-2 года, а учебное заведение - посещение всех лекций и практик. Хотя это может быть не устройство на работу, а практика, волонтерская работа, стажировка и многое другое.[2]

Имея собственное желание совершенствоваться, рынок труда, и рынок образовательных услуг предоставляют широкие возможности для повышения квалификации и освоения новых профессий. Поэтому человек активный, желающий трудиться успешно и эффективно вряд ли останется без работы.

Список литературы: 1. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. - М.: ИНФРА-М, 2005. 2. Белкин В.Н., Белкина Н.А., Владыкина А.Б. Формирование конкурентоспособного человеческого капитала предприятия. – Институт экономики УрО РАН, 2010

А.Э.Ю. ПЕРЕДРИЙ, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

Ю.Ю. ТЮТЧЕНКО, магистрант, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

С.А. ЮЩЕНКО, магистрант, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ АУТСТАФФИНГА

Количество компаний и предприятий, прибегающих к использованию заемного труда, растет с каждым годом.

Лизинг персонала – это одно из направлений работы агентств занятости. Лизинг персонала (от англ. *personal-leasing*) — это управленческая технология, позволяющая обеспечить бизнес-процесс компании необходимыми трудовыми ресурсами, используя услуги сторонней организации. «Аутстаффинг» (outstaffing – буквально перевод – внештатный: out – из; вне; наружу; вон; staff – штат, персонал; кадры). Компания-аутстаффер предоставляет сотрудников требуемой квалификации и несет ответственность за качество выполняемых персоналом услуг, если качество клиента не

устраивает, персонал будет заменен на другой требуемой квалификации.

Иногда путают понятия «аутсорсинг» и «аутстаффинг». Аутсорсинг — это передача ранее самостоятельно реализуемых компанией функций внешней компании-исполнителю, специализирующейся на реализации таких функций. Аутстаффинг предполагает передачу не функций, а конкретных работающих в компании сотрудников. При этом эти сотрудники оформляются в штат сторонней организации, а фактически работают на прежнем месте и выполняют прежние функции.

Преимущества аутстаффинга для клиента: повышение конкурентоспособности; сокращение затрат на содержание вспомогательных (обслуживающих служб); обеспечение прозрачности бизнеса; улучшение финансовых и экономических показателей, улучшение имиджа компании; улучшение кадрового состава персонала; преодоление ограничений штатного расписания; улучшение работы с профсоюзами.

Для предприятия-пользователя важным мотивом привлечения заемных работников является снижение рисков, возникающих из-за некачественной работы собственной кадровой службы. Риски и возможные последствия из-за некачественной работы кадровой службы: возникновение неэффективности структуры кадров (несоответствие кадров квалификационным требованиям); возникновение конфликтных ситуаций в трудовом коллективе; затягивание периода адаптации вновь принятого работника в сложившемся коллективе, непрохождение им испытательного срока; рост текучести кадров; неполное использование знаний и умений работников. Реальный путь снижения указанных рисков – передать процедуру по подбору и управлению частью персонала лизинговому агентству, которое, по сути, становится специализированным предприятием по управлению персоналом.

Концентрация специалистов в лизинговых агентствах может существенно смягчить негативные воздействия на рынок труда демографической ситуации, складывающихся в ряде развитых стран. Государственное регулирование потоков рабочей силы в условиях рынка весьма затруднительно, а лизинговые агентства, являющиеся полноправными участниками рынка, вполне могут справиться с такой задачей. Им по силам обеспечить

направление специалистов на те предприятия, где в данный момент есть в них потребность.

Использование заемного труда несет в себе не только преимущества для работодателей. Заемный труд представляет интерес и для различных категорий работников: приобретение опыта работы в крупных компаниях, получение новых специальностей для выпускников школ, колледжей, вузов, демобилизованных из армии; повышение социальной защищенности для безработных, лицам, имеющим постоянное место работы, работающим по договорам подряда, сезонным рабочим и т.п.; возможность получения постоянной работы у клиента; восстановление трудовых навыков, квалификации женщинам после рождения ребенка, лицам, имеющим длительный перерыв в работе; возможность рационального планирования времени для учащихся в вузе и колледже, молодым матерям, воспитывающим детей, творческим работникам; финансовые выгоды. Особо хочется выделить интерес для студентов: такая форма трудовых отношений позволит им совместить работу и учебу; обучаясь, они одновременно приобретают и опыт практической деятельности.

Существуют и противники аутстаффинга. Ряд проблем может возникнуть и у клиентов аутстаффинга при использовании заемного персонала: рост социальной напряженности в коллективе предприятия-пользователя; признание фактическим работодателем заемного работника предприятия-пользователя; ухудшение корпоративной культуры на предприятии -пользователе вследствие прихода большого числа заемных работников от лизингового агентства; проблема разделения ответственности между предприятием-пользователем и лизинговым агентством в вопросах обеспечения охраны труда и техники безопасности, профессиональной подготовки и переподготовки кадров; потеря управляемости производственными процессами; проблема утраты конфиденциальной информации; возможность снижения качества выпускаемой продукции; проблема возможного ущерба от неправильных действий заемных работников; негативное отношение к данной форме трудовых отношений со стороны контролирующих и проверяющих органов.

Проблемы рекрутинговых агентств при аутстаффинге: обеспечение постоянной загрузки заемных работников;

своевременная выплата заработной платы, предоставление дополнительных льгот заемных работников; обеспечение соблюдения норм охраны труда и техники безопасности; повышение мотивации заемных работников.

Вопросами регулирования трудовых отношений занимается Международная организация труда (МОТ, англ. International Labour Organization, ILO) — специализированное учреждение ООН. Членство в МОТ позволяет изучать и применять международную практику урегулирования социально-трудовых споров, развивать социальное партнерство (правительство - профсоюзы - предприниматели), использовать рекомендации МОТ для совершенствования и регулирования рынка труда Украины.

К.В. ШИЛОВА, магістр, НТУ «ХПІ», м. Харків

ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМ СТИМУЛЮВАННЯ Й ОПЛАТИ ПРАЦІ В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах сучасного ринкового механізму через формування сукупного попиту заробітна плата, як ефективний інструмент стимулювання співробітників, забезпечує не лише основи відтворення робочої сили, вона стає дедалі вагомішим чинником відтворення суспільного виробництва.

Заробітна плата виступає як один із основних елементів регулювання ринку праці та представлена частиною вартості створеного працею продукту, що видається працівникові наймачем у грошовій формі та регламентується трудовим договором.

Розвиток економіки в умовах перехідного періоду пов'язаний із зниженням ефективності господарства, падінням виробництва та високою інфляцією, які зумовили істотне зниження рівня життя значної частини населення, зниження реальної заробітної плати і пенсій, зростання безробіття та соціальних конфліктів, що зумовило актуальність дослідження шляхів стимулювання та оплати праці в умовах переходу до ринкової економіки.

Першочергові перетворення в організації оплати праці слід провести таким чином, щоб вона відповідала сучасним умовам господарювання та була заснована на наступних принципах:

- 1) Централізоване державне регулювання в умовах збереження самостійності підприємств;
- 2) Перевищення темпів зростання номінальної заробітної над інфляцією;
- 3) Узгодження колективних інтересів з індивідуальними;
- 4) Диференціація заробітної плати залежно від складності роботи та кваліфікації робітника;
- 5) Матеріальна зацікавленість робітників в підвищенні кінцевих результатів праці;
- 6) Випередження темпів зростання продуктивності праці над збільшенням його оплати.

Потужним важелем управління для керівника виступає стимулювання оплати праці, найефективнішим з яких виступає матеріальне стимулювання, спрямоване на мотивацію співробітника до ефективної та якісної праці, результати якої дозволяють отримати певний прибуток, який покриває витрати наймача та задовольняє потреби самого робітника. Важливими інструментами матеріального стимулювання є доплати, надбавки до заробітної плати, компенсації, преміювання. Основним завданням ефективного стимулювання є формування відповідності матеріальних заохочень співробітників відносно їх індивідуальних вкладів у кінцеві результати праці, тим самим мотивуючи до їх покращення.

Для підвищення ефективності системи стимулювання та оплати праці на рівні підприємства в умовах переходу до ринкової економіки, необхідно провести ряд реформ, направлених на:

- 1) Посилення стимулів до праці;
- 2) Зростання кваліфікації та професійних навичок співробітників;
- 3) Залучення робочої сили у найбільш перспективні з точки зору розвитку економіки сфери використання праці;
- 4) Забезпечення державних гарантій у сфері оплати праці.

Тобто найважливішим є те, щоб робітники мали певний заохочувальний стимул та запоруки з питань соціальної захищеності працівників в умовах ринкової економіки, яка

полягає такж і в тому, щоб були надані всі можливості для зростання індивідуальної заробітної плати за рахунок підвищення особистих вкладів в результати праці.

Список літератури: 1. **Абрамов В.М., Данюк В.М., Колот А.М.** Мотивація і стимулювання праці в умовах переходу до ринкової економіки / В.М. Абрамов, В.М. Данюк, А.М. Колот. – Одеса, – 1995. – 356 с. 2. **Євсєєва Т. Р.** Організація та види матеріального стимулювання працівників. Том 1. - 2001ю – 65 с.

О.О.ШУМАНСЬКА, студентка, м.Харків, НТУ «ХПІ»

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАХОДІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ

В умовах ринкової економіки зростає значення різних факторів, що впливають на ефективність виробництва. Серед цих факторів істотне місце займає наукова організація праці (НОП).

Науковий підхід до організації праці дозволяє щонайкраще з'єднати в процесі виробництва техніку і людей, забезпечує найбільш ефективне використання матеріальних і фінансових ресурсів, зниження трудомісткості і зростання продуктивності праці. Він спрямований на збереження здоров'я працівників, збагачення змісту їхньої праці.

Наукова організація праці спрямована на розв'язання взаємозалежних груп завдань:

- економічних (економія ресурсів, підвищення якості продукції, зростання результативності виробництва);
- психофізіологічних (оздоровлення виробничого середовища, гармонізація психофізіологічних навантажень на людину, зниження ваги і нервово-психічної напруженості праці);
- соціальних (підвищення розмаїтості праці, змістовності, престижності, забезпечення повноцінної оплати праці).

Економічна ефективність впровадження заходів з наукової організації праці визначається величиною зниження витрат живої і матеріалізованої праці, що виявляється ,насамперед, в зростанні продуктивності праці.

Економічна ефективність впровадження заходів з НОП розраховується з метою:

- обґрунтування вибору найбільш ефективних форм організації праці;

- визначення зростання продуктивності праці і суми річного економічного ефекту від впровадження заходів з НОП;

- визначення впливу заходів з НОП на основні техніко-економічні показники роботи підприємства та враховування його при розробці планів економічного та соціального розвитку підприємства;

- розрахунок та встановлення розміру премій за впровадження заходів з НОП.

Економічна ефективність розраховується за допомогою зіставлення нормативів або фактичних (при відсутності нормативів) трудових, матеріальних і фінансових затрат на одиницю продукції (робіт) до і після впровадження заходів з удосконалення організації праці.

Економічна ефективність визначається на стадіях розробки і впровадження заходів з НОП:

- на стадії проектування (планування) – розрахункова ефективність – з метою обґрунтування проектних рішень і вибору найбільш оптимальних їх варіантів;

- після впровадження – фактична ефективність – для визначення результатів впровадження заходів.

Коли впровадження заходів з НОП потребує здійснення інвестицій (капіталовкладень), то проводиться оцінка їх економічної ефективності.

Основними загальними показниками економічної ефективності заходів з НОП, які визначають доцільність їх впровадження, є:

- підвищення продуктивності праці;

- показники економічної ефективності виробничих інвестицій (капітальних вкладень).

Поряд із загальними показниками при оцінці економічної ефективності заходів з удосконалення управління, організації виробництва, праці використовують і часткові показники:

- зниження трудомісткості продукції;

- відносної економії (вивільнення) чисельності працівників;

- збільшення обсягу виробництва;

- поліпшення використання робочого часу;

- збільшення тривалості фази стійкої працездатності працівників за рахунок поліпшення умов праці, оптимізації режимів праці і відпочинку;

- економія від зниження собівартості продукції (за елементами і статтями витрат);

- економія за рахунок зниження професійних захворювань і виробничого травматизму.

Соціальна ефективність впровадження заходів з НОП може проявлятися через підвищення якості використовуваної робочої сили, покращення рівня життя, поліпшення соціально-психологічного впливу на підвищення трудової і суспільної активності. Це сприяє активізації діяльності, створює комплекс умов для оптимального використання трудового потенціалу, усунення обмежень у реалізації здібностей і розвитку ініціативи працівників, забезпечує підвищення продуктивності праці, ефективності виробництва.

З.А. ЗАСУЛЬСЬКА, О.В. ХОМКО, студентки факультету економіки,

Н.А. КРАСНЯНСЬКА, науковий керівник – асистент кафедри філософії та економічної теорії, м.Вінниця, ВТЕІ КНТЕУ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Будь-який суб'єкт господарювання має на меті досягнення конкретних цілей. Проте цьому можуть заважати об'єктивні причини, котрі є факторами ризику в діяльності підприємства.

Стан економічної стійкості підприємства характеризується ступенем його прибутковості та оборотності капіталу, фінансової стійкості та джерелами фінансування, здатністю розраховуватися за борговими зобов'язаннями. Один з важливих механізмів підвищення економічної стійкості підприємства є страхування [2, с.91].

Різні аспекти дослідження економічної стійкості знайшли своє відображення в працях багатьох вітчизняних і зарубіжних авторів. Питанням управління економічною стійкістю в цілому займалися такі вчені: Іванов В. А., Зайцева О. В., Жуков П. П.,

Анохін С. Н., Ареф'єва О. В., Городинська Д. М., Денисюк О. та багато інших.

Економічна стійкість підприємства - це володіння саморегульованою системою факторів виробничого, фінансового та соціального характеру, здатної незалежно від зовнішніх впливів і внутрішнього стану підприємства, за рахунок взаємної оптимізації внутрішньої структури і внутрішніх зв'язків, забезпечувати стійку фінансову та виробничо-технологічну активність з метою задоволення суспільних і соціальних потреб як колективу даного підприємства, так і суспільства в цілому.

Анохін С.Н. визначає економічну стійкість «як самофінансування продуктивних, реальних (нефінансових) активів, який поєднується з гарантованою платоспроможністю і наявністю фінансового потенціалу » [4].

З позиції факторів, що впливають на економічну стійкість, її можна подати як:

- зовнішню економічну стійкість, що характеризує здатність підприємства адаптуватися до впливу природних, економічних, політичних, соціальних, демографічних і виробничо-технологічних факторів зовнішнього середовища;
- внутрішню економічну стабільність, що характеризує здатність підприємства відповідати на зміну виробничих, інформаційних, трудових, фінансових ресурсів і соціальної сфери найбільш оптимальними рішеннями;
- галузеву економічну стабільність, що характеризує здатність підприємства знаходити оптимальні співвідношення при взаємодії з іншими підприємствами в процесі інтеграції інтересів.

Таблиця 1 - Аналіз економічної стійкості підприємства різних авторів [3, 4, 5]

Автор (джерело)	Зміст економічної стійкості підприємства	Складові
Анохін С.Н.	Це такий стан рівноваги підприємства, при якому економічні і управлінські рішення мають здатність регулювати основні фактори стійкості стану підприємства: управління, виробництво, фінанси, персонал і стратегії в заданих межах ризику	- управлінська стійкість - виробнича стійкість - фінансова стійкість - соціальна стійкість - стійкість ділової активності - стійкість рентабельності
Єзерська С.Г.	Здатність економічної підсистеми в певний момент зберігати свою цілісність і одночасно створювати посилення для прогресивного (ефективного) розвитку навіть в умовах негативних впливів факторів зовнішнього середовища	- виробнича складова (кадрова, матеріальна) - фінансово-економічна складова (маркетингова, фінансова)

Продовження таблиці 1

Поліщук О.А.	Здатність оптимально використовувати свій потенціал, що дозволяє швидко адаптуватися до динамічних змін зовнішнього середовища, в довгостроковій перспективі задовольняючи потреби всіх учасників господарської діяльності.	<ul style="list-style-type: none"> - виробнича, - ресурсна, - фінансова, - ринкова, - інтерфейсна, - соціальна, - екологічна
-----------------	---	---

Організаційна стійкість означає, що підприємство шляхом часткових структурних змін або без них здатне витримати будь-які дії, не припиняючи функціонування і задовольняючи потреби населення.

Отже, організаційно-економічна стійкість підприємства – це здатність до створення та підтримки в стабільному стані організаційної структури управління підприємством, яка б володіла можливістю за рахунок незначних витрат організаційних ресурсів та зміни конфігурації, а також доступних підходів і методів управління адекватно та оперативно реагувати на зміни зовнішнього й внутрішнього середовища, що дестабілізують діяльність підприємства, підтримуючи на заздалегідь заданому рівні його основні фінансово-економічні показники.

Список літератури: 1. **Ареф'єва О.В.** Оцінка рівня економічної стійкості підприємств сфери послуг / О.В. Ареф'єва, Д.М. Городинська // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №6. – С. 106 - 111. 2. **Денисюк О.** Страхування – механізм економічної стійкості / О. Денисюк О. // Справочник економіста. – 2007. – №8. – С. 91 - 93. 3. **Езерская С.Г.** Экономическая устойчивость промышленного предприятия: методологические аспекты и методы оценки / С. Г. Езерская // Автореф. на соиск. уч. ст. канд. экон.наук. - Иваново, 2004. – 20 с. 4. Методика моделирования экономической устойчивости промышленных предприятий в современных условиях [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.socionet.ru/pub.xml?h=repec:rus:gp0681:245341>. 5. **Поліщук О.А.** Теоретико-методологічні основи оцінки економічної стійкості сільськогосподарських підприємств / О.А. Поліщук // Економіка: проблеми теорії та практики. - Д., 2007. - Вип. 225, т. 2. - С. 367 -374.

Т.А.РИЦ, магістрант, г. Харьков, ХНУ им. В.Н. Каразина

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Риск – один из ключевых, важнейших элементов менеджерской деятельности. Разобраться, что такое риск, очень важно. Опыт человечества свидетельствует: тот, кто умеет вовремя рисковать, оказывается в большом выигрыше. Вспомним решительных политиков, отважных полководцев,

бесстрашных предпринимателей и инженеров, наконец, примеры из собственной жизни, когда «смелость города берет». Риск – не прихоть и не красивый жест. Во многих случаях решение, сопряженное с риском, оказывается неизбежным, уклониться от рискованных действий, обойтись без них просто нельзя.

В наиболее общем виде риск представляет собой действие, предпринимаемое в расчёте на удачу, в надежде на счастливый случай, но с неясным исходом.

Существует множество способов и приемов управления рисками, но систематический контроль за диагностикой рисков занимает особое место в этом процессе. Нельзя управлять тем, что не контролируешь. Подобный контроль может принимать формы периодического аудита или внедрения в бизнес компьютерной программы тревоги, когда степень риска превышает допустимый уровень. Фундаментальным предположением многих математических моделей риск-менеджмента является произвольность неблагоприятных исходов: факт причинения больших убытков сегодня еще не означает, что убытки принесет и завтрашний день; более того, в соответствии с универсальным законом регрессии и цикличной закономерностью развития рынка сегодняшние убытки должны предполагать завтрашнюю прибыль. На самое интеллектуальное построение риск-менеджмента стихийный рынок ответит непредсказуемой глупостью. Профессионалы риск-менеджмента проводят большую часть своего времени, размышляя над измерениями негативных исходов, имеющих очень низкую вероятность, и чаще других призываются к ответу, когда эти исходы случаются.

В современных условиях необходимы следующие *принципы механизма управления рисками в организации*:

1. Безрисковых доходов не бывает, награда ждет лишь тех, кто идет на риск. Следует не подавлять, а поощрять разумное принятие риска.

2. Ничто не заменит опыт, формирующий способность быстро ориентироваться в сложной ситуации и принимать правильные решения на иррациональном уровне. Определяют риск, оценивают его и управляют им не математические модели, а живые люди. Никакая универсальная формула не способна заменить здравое суждение опытного управленца.

3. Четко определите границу непознанного. Каждая ситуация полна предположений, которые должны подвергаться тщательному анализу. Недопустима подмена предположения уверенностью (иллюзия контроля).

4. Целесообразно диверсифицировать риски. Нельзя гиперболизировать один риск в ущерб остальным. Разнообразные риски приносят более стабильную отдачу, чем заикливание на одном.

5. Управление рисками — полярный процесс: одни и те же явления подлежат различной оценке в обычных и кризисных условиях.

6. Целесообразно диверсифицировать риски. Нельзя гиперболизировать один риск в ущерб остальным. Разнообразные риски приносят более стабильную отдачу, чем заикливание на одном.

7. Здравый смысл — самый лучший помощник. Приблизительная правота лучше точной ошибки. Нет необходимости шлифовки мелких деталей; целесообразно концентрироваться на проблемах, имеющих принципиальное значение.

С.М. ТРАПАЦЗЕ, студентка, м. Вінниця, ВТЕІ КНТЕУ

Г.В. ІВАНЧЕНКО, м. Вінниця, асистент кафедри менеджменту та адміністрування

ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ТОП-МЕНЕДЖЕРІВ В ПЕРІОД ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ефективність роботи компанії багато в чому залежить від того, наскільки топ-менеджмент зацікавлений у результатах своєї праці. Високий посадовий оклад не є достатнім стимулом для керівних співробітників, тому постає проблема у створенні комплексної системи мотивації, що має забезпечити не тільки утримання ключових фахівців компанії, але і націлити їх на успішне вирішення стратегічних завдань.

На сьогоднішній день більшість вітчизняних працедавців використовують традиційні, перевірені часом, методи мотивації. Як правило, це надбавки до заробітної плати, премії, «соціальні пакети».

Проблемам мотивації праці особливо відчувається у наш час, коли економіка України переживає кризові явища та власники бізнесу не завжди мають фінансові можливості для забезпечення усіх потреб співробітників. Дослідження в галузі мотивації праці проводилися О. Байда, Д. Попов, Л. Сасіна, О.Дибата ін. Але разом з тим, трансформація умов життєдіяльності, потреб та менталітету спричиняє необхідність розробки нових підходів достимулювання праці топ-менеджерів.

Топ-менеджер є керуючим вищої кваліфікації, керівник, що має великий фінансовий оборот. Це, як правило, керівники вищої та середньої ланки від рішень, яких безпосередньо залежить не тільки діяльність фірми, але і сам факт існування підприємства[3, с. 53]. Топ-менеджери доволі часто мають діяти в умовах підвищеної складності, а коли робота стає нудною або одноманітною, можливості реалізувати особистісний та професійний потенціал майже немає –управлінці починають розглядати інші пропозиції роботи. Тому, на деяких підприємствах постійні нововведення стають частиною корпоративної культури, як правило, в таких організаціях плінність кадрів збільшується саме в період зниження кількості реалізованих змін. З іншого боку, керівника, який звик до передбачуваності, також лякають зміни, адже, хороший топ-менеджер в ситуації реорганізації переживає за своїх підлеглих.

Зміни дестабілізують ситуацію в колективі та змушують менеджерів шукати нові методи керівництва, у зв'язку з чим виникає необхідність в конструктивному підході до управління самими змінами. Як показує досвід, це завдання покладається на директора компанії та начальника служби персоналу[2, с. 9].

Вміння сформувати групу співробітників для впровадження нововведень не дає змоги вирішити всіх поставлених завдань, т. як велика увага приділяється збереження командного духу у колективі. Уміння його підтримувати під час змін – ознака вищої майстерності успішного керівника, який, в свою чергу, сам повинен мати для цього серйозні стимули[1, с. 56].

При проведенні реорганізації, особливо важливо, щоб генеральний директор компанії міг покластися на команду топ-менеджерів, у яких є здібності, зв'язки, репутація та формальні повноваження, необхідні для впровадження перетворень; до них має бути довіра як з боку керівника, так і з боку підлеглих. У цьому випадку компанія подолає необхідні зміни без

невиправданих втрат[3, с. 60]. Якщо між управлінцями немає єдиного розуміння сенсу змін, вони або стають групою «активного опору» на чолі з неформальним лідером, або пасивної натовпом. Тому, чим сильніше мотивовані топ-менеджери, тим більше здатні вони створити згуртовану команду в підрозділі.

Для керівника будь-якого рівня, навіть якщо він є ініціатором змін, стрес під час реорганізації неминучий. Опір змінам – це природна реакція, яка виникає кожного разу, коли вони тягнуть за собою руйнування вже сформованих стереотипів поведінки.

Топ-менеджер в ситуації реорганізації переживає за своїх підлеглих. Зміни зазвичай несуть перебудову структури компанії і штатного розкладу (в бік скорочення чисельності персоналу), зміни в системі грошових виплат (не в бік збільшення фонду оплати праці), перерозподіл функціональних обов'язків співробітників (як правило, збільшення навантаження). Все це вимушує керівника пояснювати підлеглим положення, заспокоювати їх і зацікавлювати у виконанні поставлених завдань.

Отже, для підтримки згуртованості колективу в першу чергу потрібно збереження команди менеджерів вищої ланки та їх ефективна мотивація. Для цього, перш за все, необхідна інформованість керівників про зміни, що припускає проведення заходів роз'яснювального характеру, в ході яких управлінці знайдуть відповіді на всі хвилюючі їх питання, сформується уявлення та окреслиться необхідність майбутніх змін. Також, важливо, визнати неминучість реорганізації, визнавши переваги старої схеми роботи та інтегрувати її прихильників у процес розробки конструктивних пропозицій, що стосуються нової системи.

Генеральний директор повинен обговорити з усіма топ-менеджерами необхідність змін, залучаючи кожного з них в конструктивний діалог про події, запитати про їхнє бачення процесу у відношенні не тільки свого підрозділу, але і підприємства в цілому. Розуміння топ-менеджерами того факту, що втілення в життя глобальних задумів залежить від роботи кожного конкретного керівника і всієї команди в цілому є запорукою успіху, на що мають бути налаштовані співробітники підприємства. У процесі прийняття рішень мають брати участь

всі, хто має здійснювати перетворення, включаючи рядових виконавців.

Кожен топ-менеджер стикається з проблемою впровадження змін на підприємстві, отже, є носієм унікального досвіду роботи в умовах змін. Його точка зору може виявитися корисною та вплинути на хід подій, якщо вона підкріплена знанням галузевої специфіки та виробничих процесів, а також особливостей конкретного колективу. Фахівець, який має подібний досвід автоматично стає «ідеальним» для впровадження змін.

Управлінський вплив на колектив і визнання особистих переваг основний аспект мотивації топ-менеджерів при проведенні глобальних змін. Адже, неправильний перерозподіл влади може призвести до втрати авторитету керівника в управлінській команді та відповідно, до втрати довіри до нього з боку підлеглих, що призводить до демотивації та опору рішенням, прийнятим директором. Розуміння менеджером істинного сенсу майбутніх змін, можливість обговорити їх з генеральним директором із застосуванням єдиної термінології – важливий фактор мотивації керівника.

Кризові ситуації, дають поштовх у виявленні керівників, здатних згуртувати навколо себе колектив. Може бути, що у колективі немає лідера, але, наскільки колектив ефективний, наскільки здатний розвиватися і просуватися вперед, залежить від того, чи є в ньому авторитетні керівники, з досвідом управління кадрами та підприємством. Хороший керівник – це людина, що володіє харизмою, на нього орієнтуються люди, розуміючи, що він – лідер[4, с. 45]. Кризові, стресові та не прості ситуації стають для багатьох управлінців тією точкою відліку, з якої починається їхній шлях і становлення як справжніх успішних та ефективних топ-менеджерів.

Визначальним кроком в управлінні змінами є підвищення комунікативної компетентності топ-менеджерів. Навіть у тому випадку, коли всі вони досить професійні та зацікавлені в досягненні поставленої мети, нездатність домовитися може перешкодити у досягненні успіху. У процесі проведення змін на підприємстві всім має бути абсолютно ясно, які саме бізнес-процеси торкнуться реорганізація, як будуть вибудовані відносини між новими підрозділами та розподілені функції ліквідованих відділів, в якій мірі зміни торкнуться співробітників.

Відомо, що зміцненню командного духу сприяють неформальні заходи – спортивні змагання, боулінг, пікніки на природі, святкування днів народження та ін., – які об'єднують співробітників і розряджають напружену обстановку. Однак в умовах змін особливо важливі саме формальні зібрання та робочі наради, на яких керівники можуть детально обговорити всі події, що відбуваються. Якщо зазвичай наради з директорами проводяться раз на тиждень, то в період змін вони потрібні значно частіше, можливо кожен день. Це дозволяє здійснювати перевірку відповідності розвитку подій виробленому плану. Керівники отримують можливість обговорити з колегами всі неясні моменти, описати своє бачення подальших дій.

Отже, єдиного рішення для виходу з складних ситуацій, що виникають при впровадженні змін на підприємстві, не існує. Але якщо їх подоланням займається згуртована команда керівників, то нові схеми роботи, які диктуються змінами, будуть впроваджені грамотно, а збої усунені швидко і професійно.

Список літератури: 1. Байда О. Мотивація праці як складова успіху організації / О. Байда, О.Б. Моргулець // Вісник КІБІТ. – 2009. – № 1. – С. 55-57. 2. Дибя О. Мотивація підприємця: сутність та реалізація // Ринок цінних паперів України. – К. – 2010. – № 8-9. – С. 19-23. 3. Попов Д.Е. Мотивация руководителей как фактор выполнения стратегии предприятия / Д.Е.Попов // Менеджмент в России и за рубежом, 2011. – № 3. – С. 53 – 65. 4. Сасіна Л.О. Методичні підходи до розроблення програми мотивації праці персоналу підприємства / Л.О. Сасіна, В.М. Лугова // Економіка розвитку. – 2009. – № 2 (34). – С. 44-46.

ВЕРЕС ШАМОШИ МАРИАНН, доктор екон. наук,
Мишкольський ун-т, Венгрія, зав.кафедрой

Н.П. ТКАЧЕВА, НТУ «ХПИ», канд. екон. наук, г. Харків,
преподаватель

ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КОМПЕТЕНТНОСТИ

В общем под понятие «компетентность» мы понимаем такую способность организации, которая делает возможным достижение поставленных целей. Функциональная компетентность организации определяется как способность, что

в данном смысле включает в себя организационное знание (знание организации) и способность применения данного знания. Компетентность организации является собой совокупность индивидуальных и коллективных способностей, специального знания и производительности, что по разному описывается в специальной литературе [2] с точки зрения стратегического менеджмента, целью организационного обучения является усвоение, овладение компетентностью, которая ляжет в основу функционирования предприятия в будущем. Прагалад и Гамел [6] впервые дали определение центральной роли компетенции организации – называя «ключевой компетентностью», – как специальное профессиональное знание, которое формируется на базе специальных знаний и технологии, посредством которых организации создают ценности (стоимость), признаваемые покупателями. С помощью компетенций организация может отличаться от своих конкурентов, может расширять свою деятельность новыми продуктами, новыми рынками. Они подчеркивали, что эти компетенции возникают как комбинация существующих на предприятии знаний, и проявляются (осуществляются) через индивидов (членов организации). Характерной чертой этих компетенций является то, что их разработки требуют инвестиций, а в случае неприменения – исчезают. Дрейер и Риис [5] различают четыре основополагающих элемента компетентности:

- технология, как совокупность физических систем и средств;

- человеческий фактор, который приводит в действие технологию, олицетворяет способности и знания;

- организация, включающая системы функционирующего менеджмента и формальную организационную структуру, а также

- культура организации, что представляет собой неформальное проявление (лицо) организации.

В процессе изучения структуры компетентности, можно выделить три уровня компетенции, базирующиеся одна на другой в иерархической структуре [3]. Модель, изображенная на рис. 2, прекрасно иллюстрирует, что если (простые) компетентности первого уровня однозначно легко обучаемы, усвояемы, то копирование компетенций более высокого уровня не возможно по причине их многосложности. Усвоение

компетенций более высокого уровня от других организаций требует компетентности оперирования связями между организациями, как инфраструктурное требование, на фоне которого может происходить оперирование обучением между организациями. Путем изучения внутренних ресурсов, способностей, компетентности предприятий можно определить, какое именно воздействие на конкурентоспособность предприятия оказывают элементы системы предприятия и их взаимосвязи. Оценку внутренних факторов можно провести в сравнении со сформулированными стратегическими целями, возможностями и способностями конкурентов.

Список литературы: 1. Antal-Mokos Z. – Balaton K – Drótos Gy. – Tari .: Stratégia és szervezet. KJK. Budapest, 1997. 2. Awuah G.B. A firm's competence development through its network of exchange relationships. Journal of Business & Industrial Marketing, 16, 7, 574-599o. 3. Banerjee P.R. Esource dependence and core competence: insight from Indian softwarte firms. Technovation 23, 251-263o.2003. 4. C.K. Prahalad-G.Hamel: A vállalt alapvető képessége. Vezetéstudomány 1993. 1-2 szám 34-46 o. 5. Drejer A.-Riis J.O.: Competence development and technology. How learning and technology can be meaningfully integrated. Tecnovation, 19, 631-644o. 1999. 6. Prahalad C.K.: - Hamel G.: Competing for the future. Harvard Business Press, Boston 1994. 7. Veresné Somosi M.: Szervezeti képesség és mérési lehetőségei. XIV. Épületgépészeti, Gépészeti és Építőipari Szakmai Napok. Szakkiállítás és Nemzetközi Tudományos Konferencia, Debreceni Egyetem AMTC Műszaki Kar. Debrecen 2008 október 30-31. 8. Vilmányi Márton: Szervezeti tanulás, hálózati kompetencia, bizalom. A szociális identitás, az információ és a piac. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei 2004. JATEPress, Szeged, 186-200.o.

А.Н. ГУЦАН, ас., НТУ «ХПИ»

МОТИВАЦИОННОЕ ЯДРО ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Мотивация персонала является ключевым фактором развития современного предприятия. В этой связи ключевым является изучение ключевых понятий мотивации.

Мотивационное ядро персонала организации — это единство связанных между собою стимулов и мотивов. Мотивационное ядро характеризуется следующими признаками: 1) наличием нескольких мотивов, одновременно воздействующих на человека в процессе труда; 2) наличием стимулов, относящихся к различного рода ресурсам, находящимся в распоряжении системы управления; 3) наличием последовательной, устойчивой причинно-следственной связи между мотивами и стимулами; 4) устойчивостью мотивационного ядра; 5) способностью мотивационного ядра к модернизации на основе смены

приоритетов стимулов и мотивов; б) способностью к автономному снятию противоречий между мотивами, а также между мотивами и стимулами.

Охарактеризуем каждый из этих признаков.

1. Человек в процессе труда находится под воздействием нескольких мотивов, которые условно можно подразделить на три большие группы: непосредственно связанные с трудом; непосредственно связанные с организацией; обусловленные жизнедеятельностью человека.

Мотивы, непосредственно связанные с трудом, можно в общем виде охарактеризовать как удовлетворение, получаемое в процессе и результате труда.

Мотивы, непосредственно связанные с организацией, главным образом выражаются в группе социальных потребностей, к которым относятся самореализация, достижение, признание и др. Эти мотивы связаны со следующими стимулами: планирование карьеры; многообразие социально-психологических и статусных позиций; создание условий, обеспечивающих развитие активности персонала.

Мотивы, обусловленные жизнедеятельностью человека, основаны на материальных стимулах и первичных мотивах. Они ориентированы на удовлетворение потребностей, которые полностью основываются на материальных (финансовых) ресурсах. Именно эта группа мотивов является главенствующей.

2. В распоряжении системы управления всегда должно быть достаточно стимулов, чтобы их использовать для воздействия на мотивы и образования единства с ними.

В настоящее время на многих предприятиях, главным образом, действуют материальные стимулы — зарплата и премии. Морально-психологические стимулы ослабили свое влияние, что привело к дефициту разнообразия стимулов.

3. Последовательная и устойчивая причинно-следственная связь между мотивами и стимулами обусловлена последовательным «просыпанием» мотивов различного уровня в результате воздействия на них определенных стимулов. Причинно-следственные связи способствуют использованию самых различных мотивов для построения таких мотивационных комплексов, которые, в известной мере, могут считаться универсальными для любой ситуации, возникающей в организации. В идеально сложившихся условиях это приводит к тому, что персонал начинает считать организацию своим вторым домом, второй семьей.

4. Устойчивость мотивационного ядра означает, что с неустойчивыми потребностями и ситуативными стимулами невозможно построить мотивационное ядро, которое бы было способным сохранять, регламентировать и направлять трудовую деятельность и организационное поведение персонала.

Устойчивость мотивационного ядра как единства мотивов и стимулов связана с обстоятельствами, которые относятся к внутренней и внешней среде. В связи с внутренней средой устойчивость мотивационного ядра зависит от экономических и управленческих факторов, которые являются одновременно и ресурсами стимулирования. На устойчивость мотивационного ядра влияют следующие факторы внешней среды:

а) состояние рынка труда, востребованность на рынке представителей определенных профессий. Мотивационное ядро в большей степени устойчиво при низкой востребованности. Дефицит работников немедленно нарушает равновесие между мотивами и стимулами;

б) предприятия с различными экономическими показателями. Это всегда связано с потенциальной текучестью, причиной которой является неустойчивость мотивационного ядра;

в) изменения, возникающие в сфере жизнеобеспечения работников; изменения, вызванные инфляцией, экологической обстановкой; изменения в расходах, связанные с необходимостью пересматривать семейный бюджет, и т.д.

5. Способность мотивационного ядра к модернизации органически связана с устойчивостью. Под модернизацией в данном случае понимают целенаправленные изменения в мотивационных комплексах в результате управленческих мероприятий, ориентированных на различного рода изменения в организации и в связи с этим на изменения в стимулах и мотивах персонала.

6. Мотивационное ядро может действовать эффективно, если будет обладать способностью автономно снимать противоречия между мотивами, а также между мотивами и стимулами. Трудовые отношения основаны на мотивах, нередко находящихся в антагонистических отношениях между собой. Противоречия в мотивах значительно снижают эффективность трудовой деятельности.

А.Н. ГУЦАН, ас., НТУ «ХПИ»

КОРПОРАТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ КАК СОВРЕМЕННЫЙ МЕТОД НЕ МАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА

Организация корпоративных мероприятий сегодня является действенным, а потому и популярным методом морального стимулирования персонала.

Корпоративный праздник — специальное мероприятие, инициируемое и финансируемое компанией, организованное для персонала, партнеров, клиентов или иной целевой аудитории, посвященное знаменательному событию в жизни организации или общества.

Праздники в жизни организации выполняют следующие важные функции:

1) фиксация успеха (в отличие от простой процедуры подведения итогов праздник подчеркивает достижения, успехи компании с позитивной направленностью);

2) адаптация (помощь новичкам во вхождении в коллектив);

3) воспитание (приобщение людей к значимым для организации ценностям);

4) групповая мотивация (процесс формирования и регулирования отношений в коллективе протекает в неформальной, позитивной эмоциональной обстановке);

5) рекреация (необходимое отвлечение от трудового процесса, отдых, переключение внимания, развлечение);

6) сплочение (на основе эмоционального сближения) и др.

Основными целями корпоративных мероприятий, праздников являются:

1) поддержание корпоративного духа и традиций, пропаганда корпоративной культуры;

2) создание необходимого психологического климата в коллективе и построение эффективных внутрикорпоративных коммуникаций;

3) мотивирование персонала к выполнению. Своей работы наилучшим образом, формирование профессиональных и психологических навыков.

На основе разнообразия событий, составляющих повод к организации праздника, корпоративные праздники можно классифицировать на пять основных групп (табл. 1).

Таблица 1 - Классификация корпоративных праздников

№ п/п	Повод, событие	Пример (тема праздника)
1	События, касающиеся общества в целом, традиционные, общегосударственные праздники	Новый год Международный женский день День Победы Международный день ребенка
2	Профессиональные праздники	День учителя День банковского работника День работников нефтяной и газовой промышленности
3	События, касающиеся жизни конкретной организации, ее сотрудников	День рождения компании День летнего (зимнего, весеннего, осеннего) именинника Корпоративная спартакиада Ежегодная встреча партнеров
4	События, относящиеся к какому-либо достижению организации	Вечеринка по поводу 10 000-го клиента Праздник по случаю перевыполнения объема продаж Вечер презентации нового продукта
5	«Внесобытийный» праздник	Прямой повод отсутствует. Нужна встреча с персоналом, обусловленная, например: необходимостью проинформировать сотрудников о новой стратегии компании; конфликтами между подразделениями

При организации корпоративных мероприятий целесообразно учитывать так же:

1) размер компании - одни и те же инструменты будут по-разному эффективны для маленьких, средних и больших компаний;

2) ситуация внутри коллектива - этот фактор, пожалуй, самый сложный для анализа и в то же время самый важный для конечного результата, в немалом количестве случаев нам наверняка понадобится помощь приглашенных специалистов;

3) бюджет проекта - всегда существуют финансовые ограничения которыми располагает компания, поэтому при выборе инструментов необходимо осуществлять постоянно сравнение стоимости проведения мероприятия с лимитом средств выделяемых на его проведение;

4) задачи проекта - очевидно, что разные инструменты покажут себя по-разному при решении опять же разных задач, поэтому именно от целей, которых необходимо достичь, и

следует отталкиваться при выборе.

В.А. КУЧИНСЬКИЙ, к.е.н., доцент, м.Харків, НТУ „ХПІ”

О.М. ГУЦАН, асистент, м.Харків, НТУ „ХПІ”

НЕМАТЕРІАЛЬНА МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ

Управління мотивацією персоналу – найважливіше завдання сучасних менеджерів, від успішного вирішення якого залежить ефективність діяльності очолюваних ними організацій.

Мотивація в управлінні – це функція керівництва, яка полягає у формуванні у працівників стимулів до праці (спонукати їх працювати з повною віддачею), а також в довготривалій дії на працівника в цілях зміни по заданих параметрах структури його ціннісних орієнтацій і інтересів, формування відповідного мотиваційного ядра і розвитку на цій основі трудового потенціалу.

Завдання, які може вирішувати керівництво за допомогою мотивації:

- визнання праці співробітників, що добилися високих результатів, в цілях подальшого стимулювання їх творчої активності;
- демонстрація схвального відношення організації до високих результатів праці співробітників;
- популяризація результатів праці співробітників, що отримали визнання;
- застосування різних форм визнання заслуг;
- поліпшення морального стану працівників через відповідну форму визнання;
- забезпечення процесу підвищення трудової активності співробітників.

Уміле використання мотивації допомагає керівникам розробляти способи досягнення максимальних результатів роботи підлеглих на основі виразного уявлення про особливості їх поведінки.

Ефективність комплексного підходу до мотивації персоналу обумовлена тим, що поведінка людини, його робочі результати не визначаються виключно грошовою мотивацією. Неможливо побудувати дієву систему стимулювання праці, якщо не

враховувати людську психологію, могутньо доповнюючу дію використовуваних в організації матеріальних стимулів. Звичайно, люди істотно розрізняються один від одного в тому, що стосується їх потреб, установок і очікувань, пов'язаних з їх професійною діяльністю і даним місцем роботи. Уміння побачити все різноманіття потреб, що визначають зв'язок мотивації і робочої поведінки, мотивації і робочих результатів, – це головна умова вірних рішень при виборі і використанні негрошових методів дії на мотивацію персоналу.

Керівники для впливу на мотивацію підлеглих на додаток до засобів матеріального стимулювання можуть використовувати такі інструменти:

- моральне стимулювання;
- мотивуючу організацію праці;
- кадрову політику організації – кадровий менеджмент;
- організаційну культуру.

Моральне стимулювання трудової діяльності – це регулювання поведінки працівника на основі предметів і явищ, що відображають суспільне визнання, підвищують престиж працівника. Моральними стимулами є такі засоби залучення людей до праці, які засновані на відношенні до праці як вищої цінності, на визнання трудових заслуг як головних. Виділяють п'ять основних практичних підходів до морального стимулювання персоналу: визнання за добре виконану роботу; статті в корпоративних органах друку; дошки пошани; подарунки від компанії; символи статусу.

Мотивуюча організація праці включає три основні підходи: збагачення праці – ступінь відповідності змісту і умов праці вимогам, установкам і очікуванням працівників; постановка цілей – для трудової діяльності постановка цілей дає високу віддачу тільки в тому випадку, якщо індивід розуміє і приймає конкретну мету; гнучкі робочі графіки – вільний час є привабливим стимулом для більшості людей, якщо використання такого роду інструментів допускає специфіка праці і мотиваційні переваги співробітників.

Будь-яка організація прагне формувати у своїх співробітників такий настрій на роботу, на вирішення робочих проблем організації, який дозволяє добитися високої фізичної і емоційної віддачі від них. Розглянемо найважливіші напрями кадрового менеджменту, які організація може використовувати

в справі підвищення мотивації персоналу: оцінка роботи персоналу; інформування; навчання і розвиток персоналу.

Організаційна культура і той клімат, який складається в організації, робить найбезпосередніший вплив на трудову мотивацію працівників. Організаційна культура, можливо, є найсильнішим каталізатором, а у випадках невдач – найбільшим гальмом в справі реалізації стратегічних планів, вироблених керівництвом. Культура організації – це втілення відношення працівників організації до ключових цінностей, переконань і традицій, які виявляються в їх поведінці. Культура матеріалізується в корпоративних переказах, церемоніях, святкуванні успіхів, звичаях. А також – в цілях, стратегії, процесі управління, структурі, методах розподілу ресурсів організації. Методи формування культури, сприяючій високій мотивації персоналу: поведінка керівника; заяви, заклики, декларації керівництва; реакція керівництва на поведінку працівників в критичних ситуаціях; навчання персоналу; критерії, які лежать в основі призначень і просувань по службі; система стимулювання; критерії відбору в організацію; підтримка оргкультури в процесі реалізації основних управлінських функцій; організаційні ритуали, традиції, правила і порядки; широке впровадження корпоративної символіки.

В сучасних умовах на вітчизняних підприємствах нематеріальна мотивація персоналу може стати одним із основних чинників підвищення продуктивності праці персоналу, а отже – підвищення ефективності функціонування підприємств в цілому.

Список літератури: 1. Сладкевич В.П. Мотивационный менеджмент: Курс лекций / В.П. Сладкевич. – К.: МАУП, 2001. – 168 с. 2. Магура М.И. Секреты мотивации или Мотивация без секретов / М.И. Магура, М.Б. Курбатова. – М.: ИД «Управление персоналом», 2007. – 656 с. 3. Управление персоналом организации: учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. 3-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 683 с.

Т.Ф. ХАН, асистент, м.Харків, НТУ «ХПІ»

МОДЕЛЬ СИСТЕМИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Система енергозбереження (СЕ) машинобудівного підприємства є складною багаторівневою системою, що охоплює

всі напрями та аспекти виробництва. Для аналізу СЕ доцільно застосовувати методологію системного аналізу та будувати модель методами функціонально-структурної декомпозиції. Виходячи з аналізу складових СЕ маємо: планування енергозбереження є невід'ємною складовою базових процесів системи управління машинобудівного підприємства, здійснюється у підготовчий період та побудовано за ієрархічним принципом; на базові процеси накладаються часові та ресурсні обмеження.

З метою забезпечення підвищення рівня енергозбереження при здійсненні базових процесів машинобудівного підприємства до складових процесів управління доцільно віднести такий аспект як розвиток системи. Під розвитком системи в загальному сенсі будемо розуміти структурні зміни в системі (зміни організаційної структури, внутрішніх зв'язків тощо) та/або у всіх її процесах, пов'язані з необхідністю адаптуватися до зовнішніх впливів (цільових функцій).

Виходячи з особливостей СЕ на машинобудівному підприємстві необхідно визначити обсяг ресурсів необхідний для проведення заходів енергозбереження і ресурсів, які забезпечать функціонування і розвиток системи енергозбереження. При розвитку СЕ зміна всіх елементів і структури повинна відбуватися узгоджено, так як водночас з процесами функціонування здійснюються і процеси розвитку, то слід визнати існування декількох контурів управління, які повинні функціонувати спільно.

Виходячи з положення про те, що в діяльності СЕ виділяються процеси функціонування і розвитку, управлінь по кожній групі процесів складається з ряду етапів: прогнозування, координації, планування, контролю взаємозв'язок яких показано на рис. 1.

Базові процеси функціонування пов'язані з управлінням процесами енергозбереження і містять у собі множини різнорідних процедур, спрямованих на отримання кінцевого результату, та охоплюють всі функції системи управління діяльності машинобудівних підприємств. При цьому слід розуміти, що кожен із наведених процесів діяльності безпосередньо деталізується в рамках СЕ, залежно від основного призначення машинобудівних підприємств.

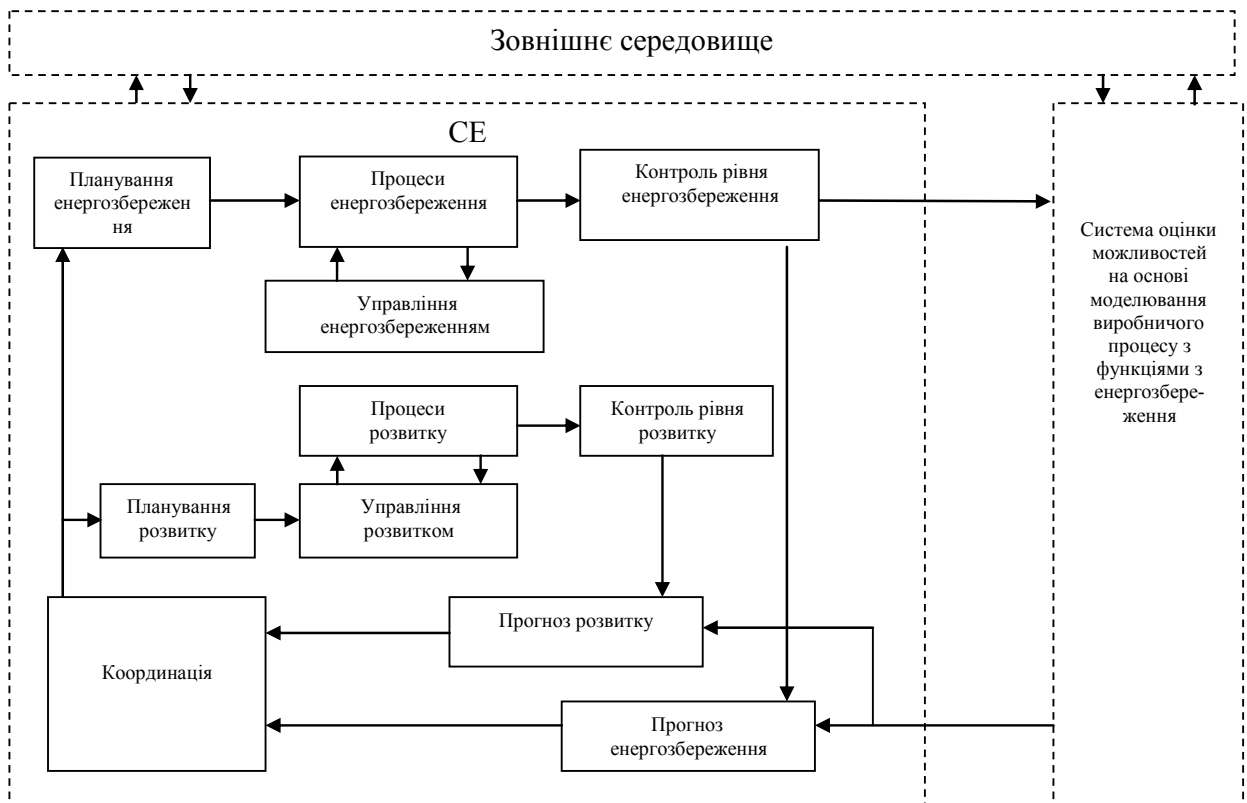


Рис. 1. Взаємозв'язок завдань розвитку та функціонування системи енергозбереження машинобудівного підприємства

Можна зробити висновок що складність ієрархічної схеми функціонування та розвитку системи енергозбереження вимагає деталізації та проведення функціонально-структурної декомпозиції процесів, що реалізує СЕ, для формування комплексу функціональних задач з автоматизації основного (базового) процесу управління енергозбереженням на машинобудівних підприємствах.

Я.В. ЛІСУН, канд.екон.наук., доцент

Я.С. СТОРОЖУК, студент групи МгПО-07

Київський національний університет технологій та дизайну

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАПОБІГАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ НА ПІДПРИЄМСТВАХ У СФЕРІ ФОТОГРАФІЇ

За оцінками маркетологів фотопослуги належать до п'ятірки соціально значимих видів побутових послуг.

Самообслуговування споживачів є альтернативою послуг спеціалізованих фотопідприємств, що призводить до скорочення частки фотопослуг в загальній структурі побутових послуг [1,2]. За 2011 р. обсяг послуг зменшився на 15,76%, порівняно з 2010 р. і становив 19182,6 тис. грн. (табл. 1).

Ринок фотопослуг України знаходиться на перехідному етапі формування і характеризується такими особливостями:

1. Обсяг наданих послуг та рівень обслуговування визначається фондомісткістю та фондоозброєністю підприємства. 2. Ширина та глибина асортименту визначається типологією організації-виконавця. 3. Організація технологічного процесу на фотопідприємствах визначається технічним рівнем та кваліфікацією персоналу.

До мотиваторів персоналу фотопідприємств належать: можливість творчого і ділового зростання; схвалення результатів роботи, заохочення; високий ступінь відповідальності; просування по службі.

Таблиця 1 - Показники роботи підприємств, що здійснюють діяльність у сфері фотографії [1, 2, с. 26, 30]

Показник	Значення			Відн. відх, %	
	2009	2010	2011	2009-2010	2010-2011
Кількість діючих підприємств	-	152	132	-	-13,16
Обсяг реалізованих послуг, тис.грн.	22725,2	22771,2	19182,6	0,20	-15,76
Проміжне споживання, тис. грн. у його складі	14169,7	13099,6	11706,3	-7,55	-10,64
- матеріальні витрати, тис. грн.	6790,3	6507,7	6423,7	-4,16	-1,29
- частка матеріальних витрат у проміжному споживанні, %	47,92	49,68	54,87	-	-
- інші операційні витрати, тис. грн.	7379,4	6591,9	5282,6	-10,67	-19,86

До демотиваторів належать: недружні міжособові стосунки з колегами та керівництвом; умови праці; політика організації; надмірний контроль за роботою. Запобігання кризових явищ та оздоровлення вітчизняного ринку фотопослуг потребує підвищення мотивації персоналу за матеріальною, трудовою, статусною мотивацією.

Список літератури: 1. Статистичний бюлетень «Діяльність підприємств сфери послуг», Державна служба статистики України, 2011 – 157 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://ukrstat.gov.ua> 2. Статистичний бюлетень «Діяльність підприємств сфери послуг», Державна служба статистики України, 2012 – 153 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://ukrstat.gov.ua>

СЕКЦІЯ 2 - ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА МАРКЕТИНГ

Д.І . ГРІШИНА, спеціаліст, м.Харків, НТУ «ХПІ»

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансова стійкість характеризує ступінь фінансової незалежності підприємства щодо володіння свої майном і його використання.

Основними завданнями аналізу фінансової стійкості підприємства є ступінь незалежності оцінити за різними критеріями: рівнем покриття матеріальних обігових коштів стабільними джерелами фінансування; платоспроможністю підприємства (його потенційною спроможністю покрити термінові зобов'язання мобільними активами); часткою власних або стабільних джерел у сукупних джерелах фінансування.

Під економічною стійкістю підприємства розуміють комплекс властивостей - організаційної, інноваційної, логістичної, виробничої, фінансово-кредитної діяльності з урахуванням їх взаємовпливу і взаємодії, а також якість продукції, що випускається, і її новаторські властивості, науково-технічну розвиненість матеріальної бази, стабільність усього спектра ресурсного забезпечення, розвиненість кадрового й інтелектуального потенціалу, наявність інноваційного менеджменту.

Фінансово-господарська діяльність підприємства забезпечується наявними фінансовими ресурсами — як власними, так і позиковими. Їх розмір і стан розміщення в активи характеризується бухгалтерським балансом, який є основним джерелом аналізу фінансового стану.

Валюта балансу свідчить про величину фінансових ресурсів, якими володіє підприємство на звітну дату, а динаміка цього показника характеризує процес нарощування (або, навпаки, зменшення) фінансового потенціалу підприємства.

Ознакою фінансової стійкості будь-якого суб'єкта господарювання є постійне зростання валюти його балансу, тобто загальної суми його фінансових ресурсів.

Фінансова стійкість підприємства не може забезпечуватися за нераціонального використання фонду основних коштів і фонду оборотних коштів.

Аналіз підприємства може проводитись з метою: встановлення міри, якою підприємство може спиратися на власні кошти і скільки треба позичити, а отже наскільки ефективно використовуються власні і позичені кошти; вивчення співвідношення динаміки оборотних і необоротних активів; пошуку резервів підвищення рентабельності виробництва і зміцнення комерційного розрахунку як основи стабільної роботи підприємства і виконання ним зобов'язань перед бюджетом, банком та іншими установами.

Проведення аналізу фінансової стійкості дозволить нам критично оцінити фінансові результати діяльності підприємства як у статистиці за певний період, так і в динаміці — за ряд періодів, визначити «больові точки» у фінансовій діяльності та способи ефективнішого використання фінансових ресурсів, їх раціонального розміщення.

М.І. ЛАРКА, професор, канд. екон. наук, м. Харків, НТУ «ХПІ»

Д.О. ГОРЖІЙ, магістрантка, м. Харків, НТУ «ХПІ»

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Основні засоби підприємств, організацій та галузей народного господарства складають найважливішу частину національного багатства країни, а найважливіша проблема у господарській діяльності підприємства – підвищення ефективності їх використання. При вивченні кожного елемента основних засобів, їх морального та фізичного зносу, факторів, які впливають на ефективність їх використання і відтворення, виявляються прийоми і методи, за допомогою яких можна підвищити ефективність їх використання, що призведе до зниження витрат на виробництво продукції та зростання продуктивності праці.

Ощадливе та раціональне використання основних засобів підприємства на сьогоднішній день є однією з найактуальніших задач, яка ставиться перед підприємством.

Аналіз наявної кількості і стану основних засобів підприємства дає можливість розрахувати показники та визначити шляхи підвищення ефективності їх використання і прогнозувати величину коштів, які необхідно буде залучити для придбання нових основних засобів у зв'язку з фізичним зношенням наявних.

Для визначення економічної ефективності використання основних засобів використовують систему вартісних і натуральних показників. Зазвичай, під час проведення узагальнюючої характеристики ефективності використання основних засобів використовуються показники фондівіддачі, фондомісткості продукції, рентабельності виробництва, фондоозброєності та продуктивності праці. Після розрахунку цих показників, вивчається їх динаміка, а після цього проводиться порівняльний аналіз з метою визначення позитивних чи негативних тенденцій та визначаються фактори і конкретні причини, які призвели до зміни їх величини.

Після проведеного аналізу, маємо повне уявлення про склад і структуру, а також стан основних засобів на підприємстві і можемо запропонувати шляхи покращення ефективності їх використання, які залежать від конкретних умов, що склалися на підприємстві за той чи інший період часу. Однією з головних ознак підвищення рівня ефективного використання основних засобів того чи іншого підприємства є зростання обсягів виробництва та реалізації продукції (робіт, послуг).

Всі шляхи поліпшення використання основних засобів можна розділити на дві групи: збільшення екстенсивного завантаження (дійсного фонду часу роботи устаткування) і підвищення інтенсивного навантаження (продуктивності його роботи).

Зазвичай, покращення ефективності використання основних засобів можна досягти наступним шляхом:

- підвищенням коефіцієнта змінності роботи підприємства, якщо в цьому є економічна доцільність;
- підвищенням рівня концентрації, спеціалізації, кооперації і комбінування виробництва;

- придбанням нових високотехнологічних основних засобів;
- своєчасним оновленням засобів, з метою недопущення їх надмірного фізичного та морального зносу;
- підвищенням рівня механізації і автоматизації виробництва;
- удосконаленням організації виробництва і праці з метою скорочення втрат робочого часу і простоїв в роботі обладнання.

Це далеко неповний перелік шляхів покращення ефективності використання основних засобів на підприємстві і його можна значно розширити, але він дає уявлення про можливі напрямки цієї роботи. Вибір же конкретних шляхів поліпшення використання основних засобів залежить від конкретних умов, що склалися на підприємстві на той чи інший період часу та від його наявних фінансових можливостей.

Р.В. ДМИТРЕНКО, магістрант, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС ПЛАНА ПРЕДПРИЯТИЯ

Каждая фирма, начиная свою деятельность, обязана четко представить потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь точно рассчитывать эффективность использования имеющихся средств в процессе работы фирмы. В рыночной экономике предприниматели не могут добиться стабильного успеха, если не будут четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно собирать и аккумулировать информацию как о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях.

При всем многообразии форм предпринимательства существуют ключевые положения, применимые практически во всех областях коммерческой деятельности и для разных фирм, необходимые для того, чтобы своевременно подготовиться, обойти потенциальные трудности и опасности, тем самым уменьшить риск в достижении поставленных целей. Разработка стратегии и тактики производственно-хозяйственной

деятельности фирмы является важнейшей задачей для любого бизнеса.

В настоящее время в Украине бурно протекает процесс формирования и совершенствования работы действующих предприятий различных форм собственности. Важной задачей является привлечение инвестиций, в том числе и зарубежных. Для этого необходимо аргументированное, тщательно обоснованное оформление предложений, требующих капиталовложений. Успешное формирование нового бизнеса также не может обойтись без четкого и объективного планового проекта. Статистические данные о неудачах новых предприятий указывают на то, что риск достаточно велик. Для предвидения и возможного предотвращения этих проблем и используется планирование бизнеса.

В рыночной экономике бизнес план является рабочим инструментом и для действующих фирм, используемым во всех сферах предпринимательства. Многие бизнесмены его недооценивают. Они не представляют, насколько наличие хорошего бизнес плана способно помочь новому бизнесу добыть капитал, определить планы на будущее, составить аналитические таблицы, по которым можно будет оценивать, как развивается дело. Бизнес план побуждает предпринимателя тщательно изучить каждый элемент предполагаемого рискованного рыночного занятия. Наверняка в этом процессе обнаружится множество слабых мест и пробелов, устранению которых придется уделить существенное внимание. Там же, где с такого рода проблемами справиться невозможно, сам факт их выявления позволит принять решение об отказе от предприятия еще до того, как в него будут вкладываться средства.

Цель разработки бизнес плана – спланировать хозяйственную деятельность фирмы на ближайший и отдаленный периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

Бизнес план является одним из составных документов, определяющих стратегию развития фирмы. Вместе с тем он базируется на общей концепции развития фирмы, более подробно разрабатывает экономический и финансовый аспекты стратегии, дает технико-экономическое обоснование конкретным мероприятиям. Бизнес план охватывает одну из частей инвестиционной программы, срок реализации которой

обычно ограничен одним или несколькими годами (часто корреспондирующими со сроками средне и долгосрочных кредитов), позволяющей дать достаточно четкую экономическую оценку намеченным мероприятиям.

Таким образом, составление бизнес-плана актуально для организаций различных сфер деятельности, поскольку позволяет спланировать и оптимизировать ресурсы для максимизации финансового результата компании.

Н.Г. ДУНЬ, магістр, НТУ «ХПІ», м. Харків

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема ефективності виробництва завжди посідала важливе місце серед актуальних проблем економічної науки. Зацікавленість нею виникає на різних рівнях управління економікою - від власників приватного підприємства до керівників держави.

Процес виробництва на будь-якому підприємстві здійснюється при певній взаємодії трьох визначальних його чинників: персоналу (робочої сили), засобів праці та предметів праці. Використовуючи наявні засоби виробництва, персонал виробляє суспільно корисну продукцію або робить виробничі і побутові послуги. Це означає, що, з одного боку, мають місце витрати живої і уречевленої праці, а з другого, - результати виробництва. Останні залежать від масштабів застосовуваних засобів виробництва, кадрового потенціалу та рівня їх використання.

Резерви підвищення економічної ефективності виробництва – це невикористані можливості збільшення випуску продукції в розрахунку на одиницю сукупних витрат завдяки більш раціональному використанню усіх видів ресурсів підприємства.

Основні фактори підвищення ефективності виробництва - це підвищення його технічного рівня, вдосконалення управління, організації виробництва і праці, зміна обсягу і структури виробництва, поліпшення якості природних ресурсів та інші. Серед основних шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства можна виділити три напрямки

підвищення вище згаданих показників – організаційний, технологічний та ресурсний.

В межах *організаційного напрямку* здійснюється пошук можливостей підвищення ефективності тих процесів, що відбуваються на підприємстві. При цьому насамперед увага звертається на ефективність управління.

Важливою складовою ефективності підприємства, а отже, і значним резервом її підвищення, є організація виробничого процесу. У конкретних умовах підприємства слід проаналізувати всі аспекти, що визначають ефективність організації робіт – від рівня робочого місця окремого робітника чи спеціаліста до рівня підприємства в цілому.

В межах *технологічного напрямку* основним є вирішення проблеми технологічного відставання, особливо актуальне для українських підприємств. Причому проблема ця є комплексною і має, принаймні, два компоненти: матеріальний та нематеріальний. Перший з них - це удосконалення технічної бази, а другий - організаційно-правові проблеми. На думку багатьох економістів, подолання технічного і технологічного відставання потребує не просто переходу на сучасні технології, а впровадження комплексу відносин, що називається корпоративною культурою.

Ресурсний напрямок відображає першочергову необхідність аналізу ефективності використання наявної матеріальної бази виробництва та живої праці. При цьому слід враховувати рівень завантаження обладнання в часі, структуру собівартості продукції, що виготовляється, з точки зору співвідношення в ній часток амортизації, матеріальних витрат, витрат на оплату праці. Зазначені показники слід розглянути в динаміці, а також по можливості порівняти з показниками найближчих конкурентів. Для оборотних фондів найважливішим показником є швидкість їх обороту, отже, слід проаналізувати чинники її збільшення, зокрема такі:

- зменшення обсягів незавершеного виробництва;
- удосконалення системи матеріально-технічного забезпечення з метою оптимізації виробничих запасів;
- прискорення реалізації готової продукції;
- зменшення обсягів дебіторської заборгованості.

Список літератури: 1. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства : навчальний посібник / Небава М. І., Адлер О. О., Лесько О. Й. – Вінниця :

Л.А. ЖМІНЬКА, аспірант, НТУ «ХПІ», Харків

ТРАНСАКЦІЯ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ ТА ЇЇ ВИДИ

Дефініції категорії «трансакція» в теорії трансакційних витрат у науковій літературі розглядаються надто широко та використовується для позначення обміну як товарами, так і юридичними зобов'язаннями, угод як короткострокового, так і довготривалого характеру, що вимагають як детального документального оформлення, так і припускають просте взаєморозуміння сторін.

У руслі досліджень із питань дефініцій цієї категорії вважаємо необхідним розглянути класифікації трансакцій, що існують у науковій літературі, зокрема, їх видову класифікацію за Дж.Коммонсом, який запропонував в науковий оборот категорії «трансакція».

Відповідно визначення, трансакції можуть бути як «внутріфірмові» (у ролі «контрагентів» виступають колеги – співробітники однієї й тієї ж фірми), так і «ринкові» (у цьому випадку мова йде про взаємодію сторонніх партнерів – різних інституційних одиниць). Приклади трансакцій різноманітні: від видання наказу й відпуску матеріалів зі складу до підписання контракту й відправлення партії товару клієнтові.

Класифікація трансакцій за Дж. Коммонсом виглядає наступним чином:

1. Трансакція-угода або торгівельна, ринкова, переговорна трансакція (добровільний обмін). Суть такого обміну – передача прав власності на економічні блага (наприклад, у результаті продажу автомобіля). Сюди можна віднести всю сукупність внутріфірмових трансакцій з фізичного переміщення ресурсів.

2. Трансакція управління, або управлінські трансакції. Даний вид взаємодії відрізняє нерівноправне (асиметричне) становище сторін і добровільний обмін поступається місцем відносинам підпорядкування.

3. Трансакція нормування (раціонування) У даній трансакції одна зі сторін, наділена відповідними повноваженнями,

здійснює розподіл, наділяючи багатством той чи інший суб'єкт (скажімо, приймається рішення про розмір і порядок виплати «бонусного пулу» фірми).

На думку О.Віл'ямсона, трансакції різняться за трьома головними ознаками - ступенем їх специфічності, повторюваності й невизначеності [3].

У ринковій економіці число трансакцій росте з розвитком спеціалізації й розподілу праці. У зв'язку із цим доречно згадати фундаментальну працю англійського економіста Адама Сміта «Дослідження природи й причини багатства народів» [2]. Саме там приводиться одне з перших описів внутріфірмових трансакцій на прикладі шпилькової майстерні. Сміт акцентує увагу не на самих трансакціях, а на тому економічному ефекті, який досягається спеціалізацією кожного працівника на одній конкретній операції. Однак спеціалізація має й певну ціну: вона спричиняє зростання кількості трансакцій.

На закінчення необхідно відзначити, що наявність трансакційних витрат робить ті чи інші види трансакцій економічними залежно від обставин часу й місця. Тому одні й ті ж операції можуть бути опосередковані різними типами трансакцій залежно від правил, які вони впорядковують.

Список літератури: 1. John R. Commons. Institutional Economics / Commons John R. // American Economic Review. – vol. 21 (1931). – P.648-657. 2. Адам Сміт. Исследование о природе и причинах богатства народов. Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations [Текст]. – Серия: Антология экономической мысли. – Издательство: Эксмо, 2007. – 960 с. 3. Уильямсон О. Экономические институты капитализма. Рынки, фирмы, «отношенческая» контрактация. – СПб., 1996. – С. 97.

Т.А. ДЯЧЕНКО, асистент, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

В умовах поступового світового підвищення цін на енергоносії та інші ресурси проблема ефективного їх використання набуває все більшої значущості та актуальності. Світова економічна криза загострює дану проблему. Крім того, українська економіка характеризується більш екстенсивним шляхом розвитку в порівнянні з західними країнами. Тому для стратегічного розвитку українських підприємств й посилення їх

конкурентної позиції як на національному, так і на світовому ринках, вкрай важливим є підвищення ефективності використання ресурсів, що залучаються ними. Для розуміння можливих шляхів вирішення даної проблеми, підприємствам необхідно проводити аналіз ефективності використання наявних ресурсів. Серед безлічі фінансово-економічних показників ми пропонуємо для здійснення поставленої задачі використовувати показники оборотності та рентабельності ресурсів. Показники рентабельності дають змогу побачити той фінансовий результат, який приносить кожна одиниця ресурсу. Чим більше показники рентабельності, тим ефективніше використовуються ресурси. Показники оборотності також свідчать про існуючий рівень ефективності використання ресурсів, оскільки від них залежить величина ресурсів, необхідних для підприємства. Чим вищими є показники оборотності, тим ефективніше використовуються ресурси. Однак, аналіз літератури [1,5] та методик з розрахунку фінансових показників [2,4] свідчить, що конкретні нормативні значення даних показників не розроблено, а відтак, задача оцінки ступеня ефективності використання ресурсів на підприємствах ускладнюється. Тому для її розв'язання ми пропонуємо в якості бази для порівняння використовувати середні значення показників оборотності та рентабельності, результати розрахунку яких на базі даних Держкомстату України [3] по промисловості України за 2009–2011 рр. наведено в табл.1.

Таблиця 1 – Показники оборотності та рентабельності середні по промисловості України у 2009–2011 рр.

Показники	Роки		
	2009	2010	2011
1	2	3	4
Коефіцієнт оборотності активів	0,82	0,86	1,07
Коефіцієнт оборотності необоротних активів	1,64	2,01	2,24
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,69	1,96	2,10
Коефіцієнт оборотності основних засобів	2,27	2,75	3,12
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	2,11	2,73	3,17
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	2,61	3,02	3,26
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,40	2,60	2,66
Коефіцієнт рентабельності активів	- 0,01	0,01	0,02
Коефіцієнт рентабельності основних засобів	- 0,04	0,03	0,07

Продовження таблиці 1

1	2	3	4
Коефіцієнт рентабельності оборотних активів	- 0,03	0,02	0,05
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	- 0,04	0,03	0,07
Коефіцієнт рентабельності продаж	- 0,02	0,01	0,02
Коефіцієнт рентабельності операційної діяльності	0,02	0,04	0,05

Порівняння показників середніх по промисловості з їх значеннями у конкретних підприємств дає можливість зробити висновки про ступінь ефективності використання ресурсів на них.

Список літератури: 1. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В.В. Ковалев. – [2-е изд., перераб. и доп.] – М.: Финансы и статистика, 1998. – 512с. 2. Методичні рекомендації щодо підготовки аудиторського висновку при перевірці відкритих акціонерних товариств та підприємств-емітентів облігацій (крім комерційних банків), схвалені Аудиторською палатою України (протокол засідання Аудиторської палати України від 23 лютого 2001 р. № 99). – Режим доступу до докум: <http://uazakon.com/document/spart33/inx33825.htm> 3. Новини Державної служби статистики України 22.10.2012 [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/> 4. Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації, затверджене наказом Міністерства фінансів України, Фонду державного майна України від 26 січня 2001р. № 49/121. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до докум.: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01> 5. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – [2-е изд., перераб. и доп.] – М.: ИНФРА-М, 2008.– 208с.

Н.М. ДОНЕЦЬ, магістрант, м. Харків НТУ «ХПІ»

М.О. СІРЕНКО, магістрант, м. Харків НТУ «ХПІ»

РОЛЬ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Ефективність стратегічного планування розвитку підприємства значною мірою залежить від механізму управління його потенціалом. В зв'язку з цим при розробці планів на першу чергу виступають питання раціонального використання наявного виробничого потенціалу.

Потенціал підприємства – сукупність ресурсів (трудових, матеріальних, технічних, фінансових, інноваційних і т. ін.), навичок та можливостей керівників, спеціалістів та інших категорій персоналу, щодо вироблення товарів, надання послуг (здійснення робіт), отримання максимального доходу (прибутку) і забезпечення сталого функціонування та розвитку підприємства [1].

У вітчизняній науці поняття «виробничий потенціал» одним із перших використав А.І. Анчишкін [2], включивши до нього набір ресурсів, які у процесі виробництва приймають форму факторів виробництва.

Б.А. Райзберг [3] розглядає виробничий потенціал як:

- реальний обсяг продукції, який можна виробити при повному використанні ресурсів, які є у наявності;
- наявні та потенційні можливості факторів виробництва, забезпеченість його основними видами ресурсів.

Існують різні види потенціалу підприємства та різні підходи щодо визначення їхньої сутності.

Вагоме місце займає саме виробничий потенціал.

До складу виробничого потенціалу входять:

1) *Потенціал землі та природно-кліматичні умови* – можливості підприємства щодо використання сукупних природних багатств у господарській діяльності.

2) *Фондовий потенціал* — наявні та приховані можливості основних фондів, які формують техніко-технологічний базис виробничої потужності підприємства.

3) *Потенціал оборотних фондів* — це частина виробничого капіталу підприємства у вигляді певної сукупності предметів праці (сировини, конструкційних матеріалів, палива, енергії та різних допоміжних матеріалів), які перебувають у виробничих запасах, незавершеному виробництві, напівфабрикатах власного виготовлення й витратах майбутніх періодів.

4) *Потенціал нематеріальних активів* — сукупність можливостей підприємства використовувати права на нові чи існуючі продукти інтелектуальної праці у господарському процесі з метою реалізації корпоративних інтересів на основі задоволення суспільних потреб.

5) *Потенціал технологічного персоналу* – здатність працівників виробляти послуги чи виконувати роботи [1].

Важливою справою є проблеми вимірювання виробничого потенціалу підприємства як в теоретичному, так і в практичному плані, тому що знання виробничого потенціалу підприємства дозволяє зробити аналіз фінансового та господарського стану підприємства, а також спрогнозувати його діяльність на довгостроковий період.

Таким чином, основні складові виробничого потенціалу підприємства в умовах ринкової економіки формують його конкурентні переваги, оскільки взаємоузгоджене їх використання суттєво підвищують результативність його господарської діяльності.

Список літератури: 1. **І.М. Репіна** «Потенціал підприємства». – Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – 316с. 2. **А.І. Анчишкін** «Прогнозування росту економіки». – К.: Економіка, 1996. – 98с. 3. **Б.А. Райзберг** Курс економіки: Навчальний посібник. – К.: Інфра-К, 2010. – 672с.

О.Є. КОНАРЖЕВСЬКА, магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО СУТНОСТІ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах трансформації економіки метою діяльності будь-якого підприємства є максимізація прибутку шляхом найповнішого задоволення потреб споживачів. Реалізація цього завдання залежить від оптимізації витрат виробництва та попиту на продукцію, що виробляється. Отримання найбільшого ефекту з найменшими витратами, економія природних, трудових, матеріальних і фінансових ресурсів залежать від того, як підприємство вирішує питання управління витратами, яке передбачає пошук способів їх зниження.

Економічне дослідження будь-якого об'єкта є неможливим без чіткої інтерпретації його складових. Тому в першу чергу доцільно дослідити сутність витрат як економічної категорії.

Вивчення економічної літератури виявило ряд розбіжностей щодо тлумачення поняття «витати». Усі визначення, представлені у працях науковців можна узагальнити за наступними підходами (у табл.).

Незважаючи на різноманіття підходів до трактування сутності поняття «витрати», можна однозначно стверджувати, що витрати утворюються в процесі формування та використання ресурсів для досягнення певної мети.

Аналізуючи зміст кожного з підходів, слід зазначити, що в сучасних умовах господарювання кожен з них має певне місце в системі управління підприємством.

Таблиця Визначення «витрат» в залежності від наукових підходів

Визначення	Підхід	Змістовий акцент
1	2	3
Витрати – це прямі і непрямі, фактичні і можливі виплати або упущена вигода, необхідні для того, щоб залучити й утримати ресурси в межах даного напрямку діяльності.	альтернативної вартості	Витрати визначаються з позиції їх раціонального використання на основі їх можливої економії як основного критерію ефективності діяльності підприємства.
Витрати - це виражені у грошовій формі витрати різних ресурсів у процесі виробництва, обігу і розподілу продукції, товарів.	вартісний	Витрати розглядаються як сукупність грошових коштів, які були витрачені для здійснення виробництва продукції.
Витрати – це вартість ресурсів, що використовуються в подальшому для отримання прибутку або досягнення інших цілей організації.	цільовий	Витрати визначаються як засіб досягнення певних цілей підприємства.
Витрати - зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками).	бухгалтерський	Методологічні основи формування у бухгалтерському обліку інформації про видатки підприємства та її розкриття у фінансовій звітності регламентуються стандартом бухгалтерського обліку №16.
Витрати - це ресурси, витрачені на конкретні цілі, у вартісному вираженні.	ресурсний	Розмір витрат визначається виходячи з величини використаних матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Г.М. НЕПЛОХ, магістрант, м. Харків НТУ «ХПІ»

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПРИБУТКУ

Основою ринкового механізму є економічні показники, необхідні для планування і об'єктивної оцінки виробничо-господарської діяльності підприємства, освіти і використання спеціальних фондів, порівняння витрат і результатів на окремих

стадіях відтворювального процесу. В умовах переходу до ринкової економіки головну роль в системі економічних показників відіграє прибуток.

Прибуток займає одне з центральних місць у загальній системі вартісних інструментів і важелів ринкової економіки. Оскільки фінанси, кредит, ціни, собівартість і інші економічні важелі прямо чи опосередковано пов'язані з прибутком.[2]

В економічній літературі існує безліч самих різних трактувань прибутку. Розглянемо визначення поняття прибутку на основі досліджень і критичної оцінки його визначення вченими - теоретиками починаючи з кінця 18 століття.

А.Сміт і Д.Рікардо відокремили поняття прибутку в окрему економічну категорію, яку досліджували у тісному взаємозв'язку з процесом накопичення капіталу, із факторами збільшення народного багатства. А.Сміт мав кілька підходів до визначення прибутку:

- як закономірного результату продуктивності капіталу;
- винагороди капіталісту за його діяльність і ризик;
- як обчислення з частини неоплаченої праці найманого працівника.

У працях окремих теоретиків того часу переважали й інші варіанти трактувань прибутку, як винагороду за збереження капіталу, страхової премії за ризик, якому підвладна будь-яка діяльність підприємства, а також визначення прибутку як результати виявлення законів мінового процесу і вартості, що виникає завдяки збільшенню капіталу з часом . [1]

Слід пригадати теорію прибутку на основі фізичної продуктивності яку розробив Фрідріх Візер. Він стверджував, що отримання чистого доходу можливо завдяки участі у виробництві всіх факторів, і в першу чергу капіталу, інші чинники мають менше значення на кінцевий результат господарювання. Розрахувавши обсяг виробленої продукції від величини витраченого капіталу, можна визначити прибуток на даний капітал, тобто фізичну продуктивність капіталу.

Ще до появи робіт К. Маркса, у 50-х - 60-х роках 19 століття Дж. Мілль значно розвинув теорію трудової вартості. Він вважав, що причиною прибутку є те, що праця дає більше, ніж необхідно для утримання працівників, які її виконують, і кількісно прибуток розраховується як різниця між доходами і витратами на покупку сировини, послуг та на заробітну плату

(винагороду за використання капіталу не включається до складу витрат).

Дану концепцію науково обґрунтував К.Маркс, проголосивши, що вартість продукту визначається кількістю залученої в ньому абстрактної народно-необхідної праці людини, а праця працівника має як мінову, так і споживчу вартість. Прибуток-це перетворена форма додаткової вартості, результат відношення між необхідним і додатковим робочим часом. [3].

На відміну від інших вчених, Беєм - Баверк вважав, що основним джерелом появи прибутку є - час. Справжні блага оцінюються вище тих, які тільки будуть вироблені в майбутньому.

З появою робіт Йозефа А. Шумпетера, концепції сутності характеру прибутку доповнюються технологічними та інноваційними теоріями. Їх зміст полягає в тому, що прибутковість вище середнього рівня, пояснюється результатами використання нових комбінацій факторів виробництва. Він не вважав, підприємницький прибуток доходом від капіталу або оплати праці, рентою або винагородою за ризик, підкреслюючи вплив на його формування та збільшення технологій та нововведень.

Всі вищевказані концепції походження прибутку сприяють значний вплив на подальший розвиток теорії прибутку.

Не дивлячись на те, що прибуток відіграє основну роль у ринковій економіці та є об'єктом економічної теорії, до сьогодення не вироблена єдина точка зору на її сутність і форми.

Список літератури: 1. **Сміт А.** Дослідження про природу і причини багатства народу. - М., 1962. 2. **Бланк І.А.** Управління прибутком. К.: Ніка-Центр, 1998. 3. **Маркс К.** Капітал. Критика капіталістичної економії. - М.: Політиздат, 1988. - Т. 1.Кн.1.: Процес виробництва капіталу.

А.И. ОМЕЛЬЧЕНКО, магістр, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА – ЗАЛОГ ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Проблема эффективности возникает естественным образом в связи с потребностью товаропроизводителя максимально

экономить ресурсы при выпуске продукции и получать максимальную прибыль.

Нестабильность политических и экономических процессов, кризисные явления, и, как следствие, ухудшение состояния экономики – все это усугубляет и усложняет решение проблем экономической эффективности, предопределяет необходимость глубокого исследования их причин, требует внедрения новых концепций управления производственным процессом, новых методов повышения эффективности производства.

Специфика управления производством в сложившихся условиях характеризуется следующими факторами:

- сокращение жизненного цикла товара, расширение номенклатуры выпускаемых товаров при уменьшении их объемов;
- существенное усложнение технологических процессов, обуславливающее повышение требований к квалификации и уровню подготовки рабочих и специалистов;
- возрастание требований к уровню качества обслуживания и срокам исполнения заказов.

Эффективность производства обеспечивает конкурентоспособность, позволяет получать большую отдачу от используемых ресурсов либо при меньшем их расходе сохранять прежний объем высококачественной продукции или услуг.

Под экономической эффективностью производства понимается степень использования производственного потенциала, которая выявляется соотношением результатов и затрат общественного производства.

Эффективность производства представляет собой комплексное отражение конечных результатов использования средств производства и рабочей силы за определенный промежуток времени при производстве разнообразных товаров и услуг.

В общем можно выделить пять основных направлений совершенствования производства:

- управление производственной мощностью;
- управление запасами;
- непрерывное совершенствование;
- управление цепью поставок и снабжения;
- наращивание производственных возможностей.

Производство обращается в источник стратегического преимущества, когда усилия нацелены на те процессы и виды деятельности, которые удаются компании лучше, чем ее конкурентам. В силу этого основой производственной стратегии является наращивание возможностей на выбранных направлениях. Эти возможности создают фундамент процветания компании в динамичном, изменчивом мире современной конкуренции.

Залог успеха деятельности любого предприятия кроется в постоянном повышении эффективности производства, систематическом анализе производственной деятельности, разработке и внедрении мероприятий нацеленных на повышение эффективности производства.

Список литературы: 1. Атлас З.В. Эффективность производства и рентабельность предприятий. - М.: Финансы и статистика, 2005. 256 с. 2. Гапоненко А.А., Панкрухин А.П. Стратегическое управление. М.: Омега-Л, 2004. - 472 с. 3. Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия. Учебное пособие. М.: ИЭП, 2004. 448 с. 4. Дронов Р.И. Оценка финансового состояния предприятия // Финансы. 2006. № 4. С. 15-19. 5. Зайцев Н.А. Экономика, организация и управление предприятием: Учеб. пособие. - М., 2008. - 455 с. 6. Кожекин Г.Я. Организация производства / Г.Я. Кожекин, Л.М. Сеница. Минск, 2006. С. 48. 7. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие для студентов вузов. 4-е изд., перераб. и доп. Минск: ООО Новое знание, 2007. 688 с. 8. Фатхутдинов Р.А. Организация производства: Учебник. М.: ИнфраМ, 2005. 485с.

А.І. ПИСАНКО, аспірант, м. Харків НТУ «ХПІ»

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Важливим напрямком адаптації сучасних машинобудівних підприємств до мінливих ринкової середовищі є формування та реалізація ефективної асортиментної політики. Тому формування оптимального асортименту, сприяючого оптимізації прибутку, дуже актуально для підприємств, прагнучих бути конкурентоздатними. Хоча на даний момент теоретиками і практиками маркетингу розроблено велику кількість методів управління асортиментом, управління асортиментом продукції на машинобудівних підприємствах, найчастіше, відбувається інтуїтивно, а не на основі використання наукових методів. При цьому фахівці відчують труднощі при виборі конкретного

інструменту управління асортиментом, який би найкращим чином дозволяв вирішити проблеми формування асортименту.

Розглянемо основні методи формування асортименту продукції підприємства:

1. Метод формування асортименту на основі вивчення особливостей товарної лінії. Цей метод полягає їх двох етапів:

1) аналіз товарної лінії - етап, що включає в себе постійний збір інформації про обсяг продажів і прибутку по кожній товарній одиниці, а також визначення часток окремих товарних одиниць в обсязі продажів і прибутку товарної лінії. На даному етапі також визначається ринковий профіль товарної лінії;

2) прийняття рішення про довжину товарної лінії, необхідності її оновлення, коригування або скорочення. Критерієм оптимальної довжини є операційний прибуток підприємства [3].

З точки зору роботи з товаром використання моделі пов'язане з безліччю проблем. Мотиви, важливі для оцінки товару, часто важко визначити, вони визначається суб'єктивними поглядами експертів. Висловлювання опитуваних не вказує на те, які характеристики продукту повинні бути змінені, немає порівняння з ідеальними характеристиками.

Позитивною стороною даного методу є те, що кожному товару може бути поставлено у відповідності якесь число, що значно полегшує порівняння їх конкурентоспроможності: чим більше число, тим більше конкурентоспроможний продукт.

2. Метод формування асортименту з урахуванням економічних цілей підприємства. Виходячи з цілей підприємства, виділяються два напрями оцінки товарів:

1) кількісна оцінка, заснована на облікової інформації. Даний вид оцінки складається: а) аналізу обороту товарів, тобто швидкості обігу товарів або часу, протягом якого реалізуються товарні запаси; б) аналізу покриття витрат. в) з аналізу структури збуту, який показує абсолютне і відносне значення окремих товарів і асортиментних груп в загальному обсязі збуту, а також відхилення від планових величин і показників за минулі періоди.

2) оцінка на основі інформації про зовнішнє середовище. До таких методів відносяться: аналіз життєвого циклу продукту та портфоліо-аналіз [1].

Позитивним моментом цього методу є те, що з його допомогою можна перевірити структуру товарного асортименту. Однак залишаються без уваги деякі фактори зовнішнього середовища, такі, як конкуренція, постачальники, економічна ситуація на ринку, науково-технічний прогрес. Даний метод може застосовуватися, коли метою підприємства є скорочення часів перебування товарів у сфері обігу.

3. Метод аналізу асортименту з використанням матриці «Маркон».

Дана матриця являє собою аналітичну структуру, яка містить важливу для планування інформацію. Відповідно до даного методу, вихідні дані поділяються на якісні (типові характеристики виробів) і кількісні (основні економічні дані) [2].

Перевагою методу «Маркон» є те, що при маркетинговому дослідженні асортименту всі параметри, що характеризують внутрішню ситуацію (оборот, кількість, загальний запас прибутку, ціна) аналізуються одночасно. Цей метод використовує нескладні прийоми аналізу, забезпечуючи наглядність результатів. Основним недоліком методу є залежність результатів аналізу від точності поділу витрат на змінну і постійну складову. Метод «Маркон» може застосовуватися тоді, коли є необхідність розробки типових пропозицій для тієї чи іншої асортиментної групи, а також при прийнятті управлінських рішень по асортименту підприємства в цілому, використовуючи при цьому стратегічний підхід.

Список літератури: 1. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг: Учеб. пособие / Пер. с нем. – М.: Высш. шк., 1995. 2. Климин А.И. Стимулирование продаж. – М.: Вершина, 2007. 3. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс и др. – М.: Вильямс, 2003.

А.А. ПОЗДНЯКОВА, магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

НАПРЯМКИ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах зростає значення фінансового аналізу, як функції управління.

Однією з найпоширеніших причин кризового стану підприємств є низька якість фінансово-аналітичної роботи, отже

одним з найважливіших напрямків оцінки результатів функціонування підприємства є якісна оцінка його фінансового стану та пошук напрямків його поліпшення.

Фінансовий стан підприємства – це ступінь його забезпеченості необхідними фінансовими ресурсами для подальшого здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасних розрахунків за зобов'язаннями.

Головною метою аналізу фінансового стану підприємства є своєчасне виявлення проблем та усунення недоліків у фінансовій діяльності, пошук напрямків поліпшення фінансового стану підприємства.

Фінансовий стан підприємства оцінюється за допомогою таких показників, як платоспроможність, ліквідність, майновий стан підприємства, ділова активність, фінансова стійкість підприємства.

Зміну фінансового стану можна оцінити за допомогою визначення абсолютних або відносних змін показників, визначення частки активів та пасивів у балансі, зіставлення статей балансу у динаміці за роками, визначення коефіцієнтів таких, як, наприклад, коефіцієнт зносу, коефіцієнт оновлення, коефіцієнт вибуття, коефіцієнт фінансової автономії, коефіцієнт маневреності власного капіталу, коефіцієнт фінансової залежності, коефіцієнт фінансового левериджу.

Для того, щоб мати змогу запропонувати конкретні шляхи покращення фінансового стану підприємства потрібно оцінити його фінансову стійкість. Для визначення типу фінансової стійкості підприємства використовуються такі показники, як власні оборотні кошти, довгострокові джерела формування запасів, загальна величина джерел формування запасів. За допомогою цих показників визначається трикомпонентний показник типу фінансової стійкості.

Фінансова стійкість буває абсолютною, нормальною, нестійкою та кризовою. В залежності від отриманого значення фінансової стійкості рекомендуються заходи для покращення фінансового стану або його підтримання.

Також потрібно враховувати, що на фінансовий стан підприємства впливають зовнішні фактори – політика держави, на території якої воно працює, положення конкурентів на ринку, економічні зміни та тенденції розвитку у світі.

Після розрахунку показників фінансового стану підприємства та урахування впливу на нього зовнішніх факторів треба надати рекомендації щодо його поліпшення, якщо він незадовільний, або запропонувати заходи для утримання положення на ринку, якщо він стабільний.

Запропонованими напрямками поліпшення фінансового стану підприємства можуть бути такі напрямки як: оптимізація витрат, зниження кількості зобов'язань, підвищення кваліфікації персоналу та оптимізація його кількості, встановлення гнучкої цінової політики, залучення інвестицій та нових технологій, чітке визначення генеральної стратегії підприємства.

Отримання максимального прибутку неможливе без постійного фінансового контролю. Комплексна оцінка фінансового стану та складання прогнозів та планів поліпшення показників ефективності роботи підприємства дозволить зацікавленим суб'єктам, тобто, акціонерам, кредиторам, постачальникам, реальним та потенційним інвесторам спостерігати за його потенціалом.

Систематичний фінансовий аналіз діяльності дасть змогу підприємству стежити за своїм розвитком, отримати бажаний прибуток та зацікавити нових партнерів для побудови надійних відносин у майбутньому.

Ю.В. ПОП, магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ЕТИМОЛОГІЯ ПОНЯТТЯ «ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ» ПІДПРИЄМСТВА

В ринкових умовах господарювання наявність у підприємства значних розмірів дебіторської заборгованості знижує ліквідність його активів, негативно впливає на фінансову платоспроможність, а також відволікає грошові кошти. Тому ефективне управління дебіторської заборгованості сприяє ефективному управлінню її розмірами і термінами на підприємстві та посиленню контролю за своєчасним здійсненням розрахунків.

Теоретичним підґрунтям для розгляду сутності поняття «дебіторська заборгованість» є розкриття змісту таких категорій як: «борг», «заборгованість», «дебітор», «розрахунки».

Так, автори фінансового словника Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. [1] дають визначення заборгованості як сумі фінансових зобов'язань чи грошового боргу, яке підлягає погашенню. Майже ідентичним є поняття заборгованості у економічному словнику [2], а саме як сумі невиконаного зобов'язання, несплаченого боргу. Ми погоджуємося з думкою авторів щодо виділення окремо таких категорій, як зобов'язання і борг. Борг – це грошова сума, взята в позичку на певний термін і на певних умовах [2]. Поняття боргу є вужчим, ніж поняття зобов'язання.

У бухгалтерському обліку зобов'язання визначається як оформлені договором цивільно-правові відносини, в силу яких одна сторона зобов'язана здійснити на користь іншої сторони певні дії або утриматись від певних дій, та як сума коштів, яка повинна бути сплачена на певну дату в майбутньому, або існуючі (завдяки минулим операціям чи подіям) зобов'язання підприємства щодо передачі певних активів чи надання послуг іншому підприємству у майбутньому.

Категорія «зобов'язання» тісно пов'язана з категоріями «розрахунки» і «заборгованість». При визначенні терміну «розрахунки» виникають дискусії, які можна виділити в три основні позиції. Відповідно до першої з них, розрахунки – це система взаємовідносин. Прихильники другої позиції вважають розрахунки безпосередньо взаємовідносинами (без використання слова «система»). Третя група вчених лише пояснює економічну сутність розрахунків без наведення їх визначення[2] .

Іншим ключовим поняттям, яке розкриває сутність дебіторської заборгованості є «дебітор». Згідно з П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», дебітори—це юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [3].

Слід зазначити, що закордонні та вітчизняні вчені [4-8] визначають термін «дебіторська заборгованість» по різному.

Грунтуючись на вивченні представлених в науковій літературі позицій, пропонується визначати дебіторську

заборгованість як індикатор фінансового стану підприємства, що являє собою суму заборгованості на користь підприємства на певну дату за наданий комерційний та споживчий кредити покупцям, а також авансування постачальників щодо яких у підприємства з'являється майнове право вимоги оплати боргу.

Список літератури: 1. **Загородній А.Г.** Фінансовий словник (4-те вид. випр. та доп.) – К.: Т-во "Знання", КОО; Львів; Вид-во Львів. банківського ін-ту НБУ, 2002. – 566 с.; 2. Економічний енциклопедичний словник: у 2 томах/ *Мочерний С.В., Ларіна Я.С., Устинко О.А., Юрій С.І.*; за ред. С.В. Мочерного—Львів: Світ, 2005.—Т.1.—616 с.; 3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 10 «Дебіторська заборгованість»: затв. Наказом Міністерства Фінансів України від 08.10.1999р. №237 зі змінами і доповненнями; 4. **Голов С.Ф.** Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами: приклади та коментарії: практ. Посіб./ С.Ф. Голов, В.М. Костюшенко.—К.: Лібра, 2001.—670 с.; 5. **Стоун Д.** Бухгалтерський учет и финансовый анализ / Стоун Д., Хитчинг К.; пер. с англ. Ю.А. Огибин , Г.А. Огибив. - М.: Сирин, 1998. - 302 с.; 6. **Райзберг Б. А.** Современный экономический словарь/ Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 495 с.; 7. **Лищенко О.Г.** Аналіз дебіторської заборгованості в системі управління підприємством/О.Г. Лищенко, Г.М. Бескота// Держава і регіони: журнал.—Запоріжжя: Гуманіст. Ун-т «Запоріж. ін-т держ. та муніцип. упр.», 2009.-№1. с. 114-117; 8. **Момот Т.** Управление дебиторской задолженностью предприятия//Бизнес информ/ Т. Момот.—2003.--№11-12. с. 97-99.

И.А. СИНЧЕСКУЛ, соискатель, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

Н.И. ЛАРКА, канд. экон. наук, профессор, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

СЕГМЕНТАЦИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ КАК ПЕРВЫЙ ШАГ НА ПУТИ К УПРАВЛЕНИЮ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ

Для компании, стремящейся к экономическому росту, одним из ключевых моментов в стратегии управления взаимоотношениями с клиентами, на наш взгляд, является ее способность сегментировать свою клиентскую базу по большому количеству переменных с целью определения узких групп потребителей, похожих между собой по тем или иным признакам. Это вызвано необходимостью: во-первых, создания и выработки тактики подходов к обслуживанию потребителей; во-вторых, целенаправленной повседневной деятельностью компании по созданию товарных ценностей для различных групп клиентов.

Ж.-Ж. Ламбен [1], Ф. Котлер [2], А.Г. Костерин [3] и другие ученые-маркетологи отмечают в своих работах необходимость сегментирования клиентской базы, подчеркивая при этом, что

на индивидуальном уровне трудно предсказать поведение отдельного клиента, значительно легче предсказать поведение рыночных сегментов, то есть во всей совокупности покупателей могут быть найдены такие группы (сегменты), которые обладают схожими чертами и эта схожесть проявляется в близости значений покупательских свойств и предпочтений и что именно сегментирование позволяет предложить правильный товар правильному клиенту в правильное время через правильный канал коммуникации и товародвижения.

Впервые сегментация потребителей была предложена В. Смитом в 50-х годах прошлого столетия. Традиционно выделяют следующие основные подходы:

- демографическая сегментация;
- геодемографическая сегментация;
- поведенческая сегментация;
- психографическая сегментация;
- сегментация по признаку лояльности и выгоды;
- экономическая сегментация.

В настоящее время в рамках целевого взаимодействия с клиентами активно используются все эти подходы по дифференцированию клиентской базы предприятий. Однако, на наш взгляд, в настоящий момент стоит обратить особое внимание на экономическую сегментацию, появившуюся в самом начале XXI века. Экономическая сегментация является логическим продолжением сегментации клиентов по признаку лояльности и выгоды. Суть ее заключается в построении сегментационных моделей, разделяющих потребителей по принципу их ценности не в прошлом и настоящем, а в будущем – на основе прогнозируемой прибыли, которую могут принести данные потребители.

Таким образом, благодаря сегментации клиентской базы становится возможным не только адресное воздействие на клиента, но и концентрация усилий компании в тех областях, которые обладают для нее наибольшей ценностью и значимостью. В тоже время не стоит забывать, что сегментация – это лишь первый шаг на пути создания эффективной системы управления взаимоотношениями с клиентами. Дальнейшая деятельность подразумевает подробный анализ предпочтений клиентов, кастомизацию предложений и оценивание эффективности предлагаемых действий компании.

Список літератури: 1. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Пер. с англ. – СПб.: Питер. – 2004. – 800с. 2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Пер с англ. – СПб.: Питер Ком. – 1998. – 896с. 3. Костерин А.Г. Практика сегментирования рынка. – СПб.: Питер. – 2002. – 288с.

О.Ю. СЛЮСАРЕНКО, студент, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ПЛАНУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансове планування охоплює найважливіші сторони фінансово-господарської діяльності підприємства, забезпечує необхідний попередній контроль за утворенням і використанням матеріальних, трудових і грошових ресурсів, створює умови зміцнення фінансового стану підприємства.

Без фінансового планування не можна досягти того рівня управління виробничо-господарською діяльністю підприємств, який забезпечує йому успіх на ринку постійного вдосконалення матеріальної бази, соціальний розвиток колективу.

Узагальнюючим показником, що характеризує якість фінансового планування господарчої діяльності підприємства є фінансовий результат, а саме отримання прибутків або збитків.

Прибуток — це один із основних показників роботи, тому що він відображає у підсумку всі сторони підприємницько-господарської діяльності підприємства. Як економічна категорія він характеризує фінансовий результат підприємницької діяльності підприємства.

Прибуток є показником, який найбільш повно відображає ефективність виробництва, обсяг і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості. Разом з тим прибуток має стимулюючий вплив на закріплення комерційного розрахунку, інтенсифікацію виробництва при будь-якій формі власності.

Для підприємства, що здійснює свою діяльність у ринкових умовах, важливо створити таку систему планування, яка швидко й ефективно зможе реагувати на потреби ринку.

Благополуччя підприємства в значній мірі залежить від суми прибутку, що залишається в його розпорядженні, тому особливої уваги вимагає планування саме цього показника.

Прибуток, як важлива категорія ринкових відносин виконує певні функції.

По-перше, прибуток характеризує економічний ефект, отриманий в результаті діяльності підприємства.

По-друге, прибуток має стимулюючу функцію, її зміст складається з того, що прибуток одночасно є фінансовим результатом і основним елементом фінансових ресурсів підприємства.

По-третє, прибуток є одним з джерел формування бюджетів різних рівнів.

Значення прибутку полягає в тому, що він відображає кінцевий фінансовий результат. Узагальнюючи в собі фінансові результати різних видів діяльності, прибуток формує одне з джерел сплати податків та поповнює джерела формування фінансових ресурсів підприємства.

Прибуток є позитивним фінансовим результатом підприємства, негативним результатом діяльності підприємства є збиток. Основною причиною збитковості може бути перевищення витрат підприємства над доходами.

Фінансові результати являють собою прояв ефективності роботи суб'єкта підприємницької діяльності.

Прибуток, як економічний показник, дозволяє поєднувати економічні інтереси держави, підприємства, як господарюючого суб'єкта, робітників і власника підприємства.

Прибуток є якісним показником, в його розмірі відображається зміна обсягу товарообігу, доходів підприємства, рівня використання ресурсів, величини витрат обертання.

Прибуток планується окремо з кожного виду діяльності підприємства: від продажу товарної продукції; іншої продукції та послуг нетоварного характеру; продажу основних фондів, іншого майна і нематеріальних активів; від позареалізаційних доходів і витрат.

Ю.А.ТОПЧИЙ, магістрант, г. Харків, НТУ «ХПІ»

ПЛАНИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА И ОПЛАТА ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Планирование персонала является одним из важнейших этапов плановой деятельности предприятий, поскольку от результатов планирования зависят с одной стороны объемы

деятельности предприятия (товарооборот, прибыль, доход), с другой – сумма расходов предприятия на содержание персонала и ее обоснованность.

Преуспевающее предприятие должно обладать четко организованным, грамотным, преданным и дисциплинированным персоналом, умеющим быстро перестраиваться и переучиваться. За последние годы не только ученые, но и руководители многих предприятий Украины стали уделять внимание проблеме планирования кадрового потенциала. Именно планирование персонала имеет целью создать сплоченную, ответственную, высокоразвитую и высокопроизводительную рабочую силу.

Главная цель планирования персонала – создание системы управления кадрами, базирующейся в основном не на административных методах, а на экономических стимулах и социальных гарантиях, ориентированных на сближение интересов работника и организации, достижение высокой производительности труда, повышение эффективности производства, получение организацией наилучших экономических результатов.

Планирование персонала не ограничивается только наймом на работу квалифицированного персонала, а касается принципиальных позиций предприятия в отношении подготовки, развития персонала, обеспечения взаимодействия работника и организации.

Как известно, одна из главных составляющих трудовых отношений это оплата труда. Каждый работник стремится к увеличению своего личного дохода, а это, в свою очередь, зависит от его производительности, квалификации, добросовестности и т. д. Оплата труда важнейший из факторов, влияющих на готовность сотрудников к результативной работе и одновременно существенный фактор издержек. Неэффективная система компенсации может вызвать у работников неудовлетворенность, что всегда влечет снижение производительности труда. С другой стороны, эффективная система стимулирует производительность персонала, повышает эффективность человеческих ресурсов.

Каждая организация использует собственную систему оплаты труда, отражающую стоящие перед ней цели,

управленческую философию руководителей, традиции, а также учитывающую находящиеся в ее распоряжении ресурсы.

Рыночная экономика предполагает наличие рынка рабочей силы с территориальным перемещением трудовых ресурсов, сосредоточением труда там, где на него есть спрос, и отток с тех мест, где ощущается избыточное предложение. Комплекс всех этих факторов и формирует конкретную оплату труда.

Оплата труда в современных условиях рынка – это обязанность работодателя по выплате наемному работнику заработанных им средств за выполнение работы в соответствии с условиями трудового договора.

Кадровая проблема в целом – это проблема формирования и развития профессионального кадрового потенциала, слабая подготовка руководящего состава в вопросах планирования производства на всех уровнях управления. К этому приводит следующее: разработка планов требует привлечения квалифицированных специалистов и, соответственно, оплаты их труда должным образом. Однако не все руководители предприятий в нашей стране готовы осознать реальную необходимость привлечения соответствующих специалистов, и тем более, достойно оплачивать их труд.

Планирование персонала является неотъемлемой частью эффективной работы предприятия. Для того чтобы персонал эффективно работал нужно постоянно его мотивировать, основной мотивацией персонала является оплата труда. Как следствие можно сделать вывод, что планирование персонала и оплата труда на предприятии тесно связаны между собой, потому что руководитель, планируя персонал и его структуру, должен построить четкую систему оплаты труда

І.В. ХИЖНЯК, магістрантка, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНУВАННЯ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Процес планування являє собою складний комплекс наукової та практичної діяльності економістів-менеджерів. Рівень його організації на вітчизняних підприємствах значно впливає як на хід розробки планових показників, так і на кінцеві результати

виробництва і продажу товарів і послуг. Тому на всіх етапах внутрішньофірмового планування необхідно застосовувати найбільш досконалі методи, технологію і засоби наукового обґрунтування планів підприємства.

Удосконалення роботи з організації внутрішньофірмового планування на кожному підприємстві здійснюється вищим керівництвом і фахівцями планово-економічних служб. На малих підприємствах звичайно не існує строгого поділу управлінських функцій і керівники самі беруть участь або організовують процес планування. У світовій практиці в залежності від діючих форм поділу планових функцій відомі дві основні схеми організації внутрішньофірмового планування, звані «зверху вниз» або «знизу вгору». За першою схемою керівництво фірми визначає основні цілі та завдання, зокрема планові показники по прибутку, які згодом включаються в плани підрозділів. За другою схемою надходять навпаки: розрахунок планових показників продажу продукції починається з підрозділів, а потім складається єдиний план фірми. Існує й третя схема, яка передбачає творчу взаємодію «верхів» і «низів» у процесі складання загального внутрішньофірмового плану [1]. Дана схема є найбільш досконалою, оскільки планування «знизу» і складання бюджету «згори» являють собою єдиний процес, в якому передбачається постійна взаємоув'язки та координація планів різних рівнів управління підприємством. Таким чином, правильний вибір схеми розробки внутрішньогосподарських планів є одним з перших напрямків вдосконалення системи планування на кожному підприємстві. В умовах ринку фірма повинна вибрати таку схему планування, що дозволяє найкращим чином здійснювати якісну розробку і оперативний контроль планів виробництва та продажу продукції і в першу чергу плану прибутку.

До найважливіших напрямків підвищення якості планування в сучасних умовах необхідно, на мій погляд, віднести такі, як удосконалення методології, розвиток нормативної бази, зростання професіоналізму персоналу, застосування комп'ютерної техніки, стимулювання розробників і виконавців планів та ін. Підвищення якості внутрішньофірмового планування на основі вдосконалення методології вимірювання витрат і результатів припускає широке

застосування прогресивних нормативів витрачання економічних ресурсів на виробництво продукції, товарів і послуг. Економити обмежені виробничі ресурси багато наших керівники, фахівці та виконавці не тільки не вміють, але і не навчаються. Більш того, ринкова свобода вже привела до створення вкрай високих вартісних нормативів на більшість видів матеріальних та енергетичних ресурсів, які в свою чергу не могли не призвести до майже повній відсутності нормативів оборотних коштів на наших підприємствах і відповідному зниженню платоспроможності [2]. Усунути ці утворилися неринкові перекоси і диспропорції нашим економістам-менеджерам поки не вдається.

Удосконалювання внутрішньофірмового планування в сучасних умовах ґрунтується на тісній взаємодії наукових, методичних, виробничих і людських чинників. Цей процес вдосконалення планів і зростання результатів має бути не тільки безперервним, але і нескінченним для всіх його учасників.

Література: 1. Іванова В.В. Планування діяльності підприємства: К.: Центр навчальної літератури — 2006. — 472 с. 2. Степанова Г.Н. Стратегический менеджмент. Планирование на предприятии: М.: МГУП. — 2001. — 136 с. 3. Селянина Е.Н. Планирование на предприятии в условиях рыночной экономики / Монография. М.: Рос. Заочный институт текстильной и легкой промышленности. — 1993. — 163 с.

О.І. ЧЕРНИШЕНКО, здобувач, НТУ «ХПІ», м. Харків

М.І. ЛАРКА, канд. екон. наук, професор, НТУ «ХПІ», м. Харків

ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЯК ОСНОВА ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Сучасні умови господарювання вимагають від підприємств проведення жорсткої конкурентної політики. Найважливішим моментом стає конкурентоздатність продукції. Зробити свою продукцію такою, яка буде користуватись значним попитом на ринку та буде унікальною – це є основною метою діяльності сучасних підприємств та, врешті-решт, основою досягнення ними успішних позицій на ринку.

Собівартість продукції є не тільки найважливішою економічною категорією, але і якісним показником, на підставі

якого можна судити про ефективність використання підприємством різноманітних видів ресурсів, а також про рівень організації праці на підприємстві [1].

Основним шляхом зниження рівня собівартості продукції підприємства є скорочення тих витрат, які мають найбільшу частку в її структурі. Впровадження нової техніки, комплексна механізація та автоматизація виробничих процесів, удосконалення технології, впровадження прогресивних видів матеріалів, дозволяє значно знизити собівартість продукції. Зниження собівартості продукції забезпечується також за рахунок підвищення продуктивності праці. При підвищенні продуктивності праці скорочуються витрати праці в розрахунку на одиницю продукції, а отже, зменшується й питома вага заробітної плати у структурі собівартості.

Огляд робіт таких науковців, як Бойчик І. М. [2], Бондар М. Н. [3] дозволяє нам зробити висновок про те, що у більшості галузей промисловості на сучасному етапі розвитку економіки матеріальні витрати займають велику питому вагу у структурі собівартості продукції, а тому навіть незначне заощадження сировини, матеріалів, палива та енергії при виробництві кожної одиниці продукції в цілому по підприємству дає відчутний ефект.

Значні резерви зниження собівартості є і у скороченні витрат від браку та інших непродуктивних витрат [4, 5]. Виявлення причин браку надає можливість провести заходи щодо скорочення та найбільш раціонального використання відходів виробництва. Скорочення витрат на обслуговування виробництва й управління також знижують собівартість продукції. На наш погляд, резерви скорочення загальновиробничих і адміністративних витрат полягають, перш за все, в економії на управлінських витратах. Найбільше значення при цьому мають автоматизація і механізація управлінських процесів.

Собівартість продукції є одним з найважливіших показників, який комплексно характеризує якісні зміни в техніці, технології, організації праці та виробництва, що відбуваються на підприємстві. Зниження витрат виробництва та собівартості продукції є однією з основних умов зростання прибутку підприємства, підвищення рентабельності та ефективності його роботи.

Таким чином, дослідження основних резервів зменшення собівартості продукції дозволило зробити висновок про те, що підвищення конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств є неможливим без активної політики керівництва підприємства щодо скорочення витрат на виробництво продукції в сучасних ринкових умовах. В свою чергу, це буде основою для створення конкурентоспроможної продукції вітчизняними підприємствами.

Список літератури: 1. Орлов О.О. Планування діяльності промислового підприємства. Підручник. К.: «Скарби», 2002. — 336с. 2. Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчан М.І., Піча Ю.В. Економіка підприємства: Навч. посіб., 2-ге вид., виправлене і доповнене.— К.: «Каравела», Львів: «Новий світ—2000», 2001. 3. Бондар М.Н. Економіка підприємства: Навч. посіб. — 2-ге вид., доп. — К.: А.С.К., 2005. — 400с. 4. Григор Н.М., Клименко М.І., Петрова Р.С. Методичні рекомендації з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості. Київський державний інститут економіки хімічної промисловості, К. — 2001. — 168с. 5. Економічний аналіз: Навч. посіб./ М.І. Горбатюк; за ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченька. — К.: КНЕУ, 2001. — 540с.

О.Є. ШАПОВАЛОВ, магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Найбільшою проблемою для України є інтеграція у світову логістичну мережу, оскільки спостерігається відставання у розвитку логістичних технологій порівняно із провідними країнами. Для того, щоб пришвидшити інтеграцію України у світову логістичну мережу, необхідно приблизити рівень розвитку логістичної системи України до світового рівня шляхом впровадження новітніх технологій та обладнання.

Сучасна теорія логістики використовує велику кількість економічних інструментів (прийомів, методів, алгоритмів та моделей) під час планування та організації логістичної діяльності підприємства. Але в практичній діяльності українських підприємств застосовується лише невелика частина цих інструментів. Це пояснюється з одного боку тим, що наші підприємства ще недостатньо усвідомили потребу використання інструментів логістики. З іншого боку, йде мова про низьку поінформованість керівників підприємств щодо застосування інструментів логістики.

Великим поштовхом до розвитку може стати застосування елементів електронної комерції в логістичній системі, з використанням мережі Інтернет і завдяки сформуванням паралельного логістичного ланцюга: виробник – сайт – відділ оброблення замовлень – споживач. Такі нововведення дають змогу збільшити обсяг продажу, забезпечити більш високий рівень обслуговування споживача, зменшити рівень запасів, а також розширювати ринкові сегменти. Також істотним резервом підвищення ефективності логістики є використання системи GPRS у транспортній логістиці [1].

Інтегрована логістика ґрунтується на використанні «ланцюжка цінностей», орієнтовано на всіх учасників. Ланцюжки цінностей (логістичні ланцюжки) містять п'ять областей ефективності:

- зв'язок з постачальниками;
- зв'язок із споживачами;
- технологічні процеси всередині одного підрозділу;
- логістичні процеси між підрозділами середині підприємства;
- логістичні зв'язки між підприємствами в логістичному ланцюжку [2].

Інтегрована логістика дозволяє об'єднати зусилля керуючого персоналу промислової фірми, її структурних підрозділів та логістичних партнерів у наскрізному управлінні матеріальними та супутніми потоками у повному логістичному ланцюгу «закупівля - розподіл - продаж». Використовуючи функціональні логістичні можливості, підприємці зможуть досягнути багатьох переваг: зниження витрат виробництва, ефективного управління запасами, якісного обслуговування клієнтів, гнучкого реагування на потреби ринку. Скорочення усіх видів витрат, пов'язаних з управлінням матеріальними потоками, витратами на транспортування, складування, управління замовленнями, закупівлями та запасами, упаковку, дозволяє підприємству вивільнити фінансові засоби на додаткові інвестиції у складське обладнання, інформаційно-комп'ютерні системи, рекламу, маркетингові дослідження тощо [3]. Тому не дарма найкращими підприємствами у світовому масштабі є ті, що використовують концепцію інтегрованої логістики. Велика кількість логістичних концепцій дозволила багатьом компаніям стати головним у своїй галузі тому, що товари, які вони випускають, отримали

конкурентні переваги. Вже багато років застосовують логістичний підхід у своєму бізнесі такі компанії, як Toyota Motors, IBM, Procter & Gamble, Electrolux, Xerox, Whirlpool та інші.

Список літератури: 1. Гаджинський А.М. Логістика: Навч. пос. - 5-е вид. перероб. і доп. - М.: Маркетинг, 2004. - 408 с. 2. Кальченко А. Г. Логістика: Підручник. - К.: КНЕУ, 2003. - 284 с. 3. Крикавський Є.В. Логістика підприємства: Навч. пос. - Львів: Львівська політехніка, 2005. - 160 с. 4. Москвітін Т.Д. Торговельна логістика: Навч. посіб. - К.: Київ. нац. торг.-екон. Ун-т, 2007. - 161 с.

А.І. СЛАСТЯНИКОВА, здобувач кафедри ЕтаОДСГ, м.Харків, УПА

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

В сучасних економічних умовах в більшості випадків підприємства йдуть традиційними шляхами розвитку інтенсивним й екстенсивним за рахунок заходів, у першому випадку, що поліпшують використання вже функціонуючих елементів ресурсного потенціалу, і збільшення їхньої продуктивності за рахунок модернізації, у другому випадку, коли до наявних ресурсів додається додатковий у результаті підвищення інвестиційної активності підприємств.

Для оцінки ефективності використання основного ресурсу застосовується група узагальнюючих і приватних показників, таких як фондівіддача, фондоємність, фондоозброєність, рентабельність. Кожний із цих показників, з різних сторін характеризує ефективність основних ресурсів, залежно від того, який інтерес до них проявляється й тому немає підстав для їхнього протиставлення. Однак якщо розглядати комплексне відбиття ефективності, тобто в сукупності використання основного й кадрового ресурсів, де показником ефективності використання останнього є продуктивність праці, у цьому випадку особлива увага варто приділити показникам продуктивності праці, фондівіддачі й фондоозброєності, тому що саме ці три показники самим безпосереднім образом ув'язані між собою. Таке сполучення показників дозволяє забезпечити раціональні пропорції між основним і кадровим ресурсом потенціалу підприємства при різному їхньому стані. [1].

Аналогічно цьому зміна в гіршу сторону кожного іншого елемента ресурсного потенціалу при необхідності одержання того самого кінцевого результату веде до приросту одного або всіх інших елементів потенціалу підприємства, тобто до інших їхніх пропорцій. Вибір, за рахунок приросту якого елемента ресурсного потенціалу забезпечити результат, залежить від багатьох факторів і вимагає різних рішень. Методика, що відображає цю залежність, описана в роботі В.А. Трапезнікової [4] і може бути успішно використана в діяльності підприємств. За даною методикою продуктивність праці представлена в комплексному співвідношенні показників фондоозброєності й рівня знань персоналу. При визначенні пропорційності між елементами ресурсного потенціалу підприємства використовуються різні методи оцінки кадрового потенціалу в рішенні різних конкретних завдань. Наприклад, вартісна модель оцінки, що базується на теорії «кадрового капіталу», розроблена вченими Капланом Р.С., Нортоном Д.П. [2]. Що стосується фондоозброєності, її зміна більше співвідноситься із проблемами розвитку, які самим безпосереднім образом пов'язані з активізацією інноваційною й інвестиційною діяльністю підприємств. У цьому випадку наявна величина потенціалу повинна прирошуватися на величину інноваційного й інвестиційного ресурсу [3].

Таким чином, модель оцінки ефективності управління ресурсним потенціалом підприємства має ряд переваг: по-перше, вона базується на комплексному, багатомірному підході до оцінювання ефективності управління економічними ресурсами підприємства; по-друге, її характеристика дає змогу оцінити та проаналізувати внесок кожного ресурсу в розвиток всього ресурсного потенціалу підприємства. Знання всіх величин оцінювання ефективності управління економічними ресурсами підприємства дозволяє визначити величину резервних можливостей для подальшого розвитку підприємства й сприятиме створенню довгострокової й гнучкої системи управління ресурсним потенціалом підприємства.

Список використаної літератури: 1. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. Посібник. -ДО.: Центр навчальної літератури. - 2005. - 352 С. 2. Каплан Роберт С., Нортон Дейвит П. Організація, орієнтована на стратегію. Як у новому бізнесі-середовищі процвітають організації, що застосовують збалансовану систему показників / Пер. с англ. - М.: ЗАТ «Олімп-Бізнес», 2004. - 416с. 3. Микитенко В. В., Ігнатієва І.А. Діагностика стратегічного потенціалу підприємства //

О.П. БУРАЦЬКА, к.е.н., доцент, м. Тернопіль, ТНТУ ім.
І. Пулюя

КАТЕГОРІЙНИЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ ТА ЙОГО ОСОБЛИВІСТЬ

Ключовою ідеєю мерчандайзингу є організація комплексних продажів, коли один товар сприяє продажу іншого без залучення додаткових інвестицій. Товари, сумісне розміщення і продаж яких дають можливість отримання додаткового позитивного ефекту в процесі реалізації, називаються категорією.

Товарна категорія – це сукупність товарів, об'єднання яких в групу для сумісного продажу та управління відповідає цілям і завданням роздрібного торговця. В одну категорію можуть об'єднуватись товари, що належать до різних товарних груп, підгруп та видів. Наприклад, окрема товарна категорія може включати сири (група молочних товарів), вино (група смакових товарів) і фрукти чи шоколадні цукерки. Основним принципом формування товарних категорій в магазині повинно бути збільшення обсягу продажів та прибутку роздрібного торговця.

Для того щоб визначити номенклатуру товарних категорій в структурі асортименту, мерчандайзерам необхідно використовувати різноманітні ознаки та їх комбінації, для формування оптимальних категорій управління та дотримуватись наступних правил сумісності товарів в категорії: товари однієї категорії повинні складати найбільш сумісні комбінації з позицій покупців, які намагаються задовольнити комплекс своїх потреб; комбінація товарів в одній категорії повинна співпадати з інтересами продавця, який використовує ефект взаємозв'язаних покупок для привернення додаткових купівельних потоків та збільшення продажів. При розробці системи класифікації необхідно виходити з того, що одні і ті ж товари та торгівельні марки в різних магазинах можуть сприйматися покупцями по-різному, мати різний статус і виконувати різноманітні функції в торговельно-технологічному

процесі. Це обумовлено багатьма факторами, серед яких можна виділити наступні:

- товарна спеціалізація та політика;
- реалізована асортиментна стратегія;
- місце знаходження магазину;
- споживчі традиції та характер попиту;
- цінові стратегії виробників товарних марок і цінова політика торговельного підприємства;
- рівень доходів населення та платоспроможність покупців.

Для кожної із отриманих товарних категорій вказується набір споживчих властивостей та характеристик товарів, що включені в її склад, тобто формується асортиментна карточка категорії. Асортиментна карточка являє собою перелік конкретних груп, видів та різновидів товарів із вказівкою ключових якостей, що належать їм та кількості товару, необхідного для безперебійної реалізації між поставками партій продукції. На основі асортиментної карточки мерчандайзер організовує відносини з постачальником, обговорюючи, що та в які терміни необхідно закупити. У випадку відсутності необхідних товарів на складах постачальника поповнення товарних запасів здійснюється за рахунок товарів з максимально подібним набором споживчих властивостей та найбільш близькими за ціною.

Останніми роками все популярнішим в управлінні асортиментом товарів стає категорійний менеджмент. Категорійний менеджмент - це процес управління асортиментом, при якому кожна товарна категорія розглядається як самостійна бізнес-одиниця. Всі етапи від закупівлі до продажу товару зосереджуються в єдиному центрі відповідальності. Категорійний менеджер відповідає за весь цикл руху товарів, що відносяться до чітко визначеної товарної категорії. Правда, сподіватися на швидке впровадження нової концепції на вітчизняному ринку поки не доводиться. Слабкість багатьох торгових мереж, нестабільність поставок, різнобій у внутрішній організаційній політиці (відсутність уніфікації підприємств), повна інформаційна непрозорість діяльності як виробника, так і продавця служать цьому серйозною перешкодою.

Тим не менше, майбутнє роздрібної торгівлі - за категорійним менеджментом.

О.О. ГОМЗА, студент

І.М. БОЖЕНЬОВА, асистент

ОЦІНКА ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

Конкуренція є однією з найважливіших категорій економічної теорії. Простежуючи розвиток поглядів економістів на конкуренцію можна стверджувати, що вона проходила одночасно з розвитком продуктивних сил, виробничих відносин і досягнень науково-технічного прогресу. [4]

Актуальність теми полягає в тому, що з переходом до нових умов господарювання достатньо швидко з'ясувалося, що продукція багатьох підприємств виявилася неконкурентоспроможною на світовому ринку. Тому розробка дієвих механізмів підвищення конкурентоспроможності підприємств є найважливішим напрямком діяльності щодо забезпечення їхньої ефективної діяльності та конкурентоспроможності України в цілому. [1]

Метою написання статті є визначення суті факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств.

Вагомий внесок у дослідження конкуренції й розробку методологічних підходів щодо управління конкурентними перевагами зробили, як закордонні вчені-економісти: М. Портер, Ф. Котлер, А. Томпсон, Г. Азоєв, А. Градов, Н. Мойсеева, Н. Симеонова, А. Романов, так і вітчизняні вчені: І. Решетникова, В. Герасимчук, А. Воронкова, О. Костусєв, З. Борисенко, О. Шнипко та ін. [2]

Для початку підприємству необхідно знати на якому рівні знаходиться розвиток всіх сфер діяльності підприємства. Швець Ю. та Рахманіна В. виділяють такі рівні конкурентоспроможності підприємства (КСП), кожному з яких відповідають власні підходи до організації управління та маркетингу.

До першого рівня відносяться підприємства, менеджери яких розглядають фактор управління як

«внутрішньонейтральний», тобто менеджмент в цих компаніях не впливає на конкурентоспроможність і додаткові зусилля в цьому напрямку та на виробництві не робляться, тому що вважається головною роллю даного підприємства випускати стандартизовану продукцію, не враховуючи потреби споживачів.

Другий рівень КСП. До нього належать підприємства, які намагаються зробити власні виробничі системи та системи управління «зовнішньо нейтральними», що відповідає тотальному копіюванню стандартів, що були встановлені конкурентами або лідерами товарного ринку регіону чи галузі в цілому.

Третій рівень КСП характеризується здатністю підприємств створювати власні переваги в конкуренції на ринку та стають в один ряд з лідерами галузі, що досягається шляхом використання концепції інтегрованого маркетингу, який орієнтований на розумінні потреб та запитів споживачів.

Підприємства - представники четвертого рівня КСП є світовими лідерами. Які не тільки не прагнуть копіювати досвід інших підприємств галузі, а навпаки, намагаються перевершити найжорсткіші з існуючих стандартів. [3]

Вихід на ринок із конкурентоспроможним товаром - це лише початковий, вихідний момент у роботі підприємства. Далі проводиться складна, систематична робота з управління конкурентоспроможністю підприємства.

Управління конкурентоспроможністю підприємства - це сукупність заходів, які спрямовані на систематичне вдосконалення виробу, постійний пошук нових каналів збуту, нових груп покупців, поліпшення сервісу, реклами.

При розробці політики управління конкурентоспроможністю підприємствам необхідно дотримуватися певних умов:

- використання новітніх винаходів та відкриттів;
- впровадження сучасних засобів автоматизації виробництва;
- конкурентоспроможні товари, які характеризуються нормативними, технічними, економічними параметрами;
- економічна ефективність використання всіх ресурсів підприємства;

- фінансова стійкість підприємства (показники та коефіцієнти активності підприємства, поточної ліквідності, автономії та ін.). [2]

Важливою складовою аналізу конкурентоспроможності та самоорганізації є дослідження адаптивності та інноваційності підприємства.

Адаптивність є можливістю пристосовуватися до зовнішнього середовища. Часто адаптивність нерозривно пов'язана з перебудовою внутрішньофірмових процесів.

Інноваційність може бути представлена як можливість оновлення, сукупність внутрішньофірмових процесів перебудови напрямків діяльності, пов'язаних з життєвим циклом продукції, технологічністю, собівартістю. [1]

Отже, провідною метою кожного підприємства, що хоче досягнути оптимального рівня конкурентоспроможності, є управління конкурентоспроможністю на основі самоорганізації з розвиненням властивостей адаптивності та інноваційності.

Проблема конкурентоспроможності має в сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить рівень економічного та соціального життя в будь-якій країні. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства базується на технічних, економічних, соціальних, психологічних, правових, комерційних, організаційних аспектах. Вони, хоч і є складовими однієї ланки забезпечення конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому, але функціонують у певній послідовності відповідно до їх важливості. Не можна залишати поза увагою й роль держави, яка має сприяти створенню та підтримці умов досконалої конкуренції.

Список літератури: 1. **Гарачук Ю.О.** Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №2. – С. 60–65 2. **Кириченко Л.** Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств // Вісник КНТЕУ. – 2009. – №1. – С. 62–66 3. **Коренев Е.Н.** Рівні конкурентоспроможності підприємства // Економіка, фінанси, право. – 2010. – №12. – С. 16–20 4. **Сусіденко Ю.В.** Теоретичні аспекти сутності категорії конкурентоспроможності підприємств АПК // Економіка АПК. – 2012. – №1. – С. 157–160

О.В. ДЗІСЬ, студентка, м. Вінниця, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ ЧИННИКІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Формування ринкової економіки зумовило необхідність переорієнтації виробництва та реалізації товарів на задоволення потреб та запитів споживача. Сьогодні багато спеціалістів визнали принципово важливу роль маркетингу, що актуально для підприємств різних галузей економіки. Маркетинг передбачає гнучкість організаційних форм управління, активну заповзятливість, постійний пошук шляхів ефективного пристосування до ринку і впливу на споживача.

Важливість маркетингу у діяльності підприємства досліджували С. Гаркавенко [1], С. Скибінський [2], Ф. Котлер [3], та інші вітчизняні і зарубіжні вчені.

Витрати виробництва є однією з найважливіших якісних характеристик діяльності підприємства, оскільки вони визначають розмір доходів, фінансовий стан, рентабельність та конкурентоспроможність підприємства. Саме тому, серед великої багатоманітності факторів впливу слід виділити головні витрати на маркетинг: управлінські витрати, заробітна плата персоналу служби маркетингу, амортизаційні відрахування; матеріали і ресурси для нормального функціонування служби маркетингу та відповідно витрати з розробки товарної, цінової, комунікативної, збутової і дистрибутивної політики.

У світовій практиці маркетингові витрати враховують або як інвестиції з отриманням прибутку в майбутньому або як витрати, що входять до складу поточних і забезпечують реалізацію товарів.

Залежно від методики урахування підприємством витрат на маркетингову діяльність варіюється їх склад, принципи обліку та показники ефективності. Таблиця, що складена на основі аналізу праць наукових діячів демонструє розбіжності у складі маркетингових витрат залежно від підходу до його формування.

Слід зауважити, що інвестиційний підхід до складу маркетингових витрат більш широко застосовується іноземними підприємствами, де керівництво з маркетингу оцінює ступінь їх впливу на кінцевий прибуток за допомогою показників рентабельності інвестицій.

Таблиця 1 - Підходи до визначення складу витрат на маркетинг

Склад маркетингових витрат	
Витратний підхід	Інвестиційний підхід
Складові елементи	
Витрати на маркетингові дослідження передбачають витрати, пов'язані із залученням різних джерел інформації; Витрати на розробку нових товарів охоплюють дослідно-конструкторські роботи, придбання ноу-хау; Витрати на просування – це витрати з проведення рекламних кампаній, з утримання торгових агентів, зі стимулювання продажу.	Вкладення в розвиток брендів, що передбачає вибір компанією стратегії, яка буде визначати напрямок розвитку брендів нових її продуктів; Професійний розвиток персоналу, менеджерів роботи з клієнтами; Розвиток дистрибуції.

Таким чином українським підприємствам необхідно сформулювати структуру маркетингових витрат залежно від виду та способу організації діяльності й проводити їх регулярний аналіз за умов зміни внутрішнього та зовнішнього середовищ.

Список літератури: 1. Гаркавенко С. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. / С. Гаркавенко - К. : Знання, 2010. – 654 с. 2. Економічний аналіз : Навчальний посібник. / За ред. С. Скибінського. – К. : КНЕУ, 2011. – 540 с. 3. Котлер Ф. Основи маркетингу : навч. посіб. / Ф. Котлер – М.: Прогрес, 2009. – 724 с.

Н.В. ДИНЬКО, студент, м. Луцьк, Луцький національний технічний університет

ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних економічних умовах підприємства, які функціонують на ринку, повинні планувати і реалізовувати свою діяльність, орієнтуючись на споживачів. Підсилення авторитету інтересу останніх в системі економічних відносин породжує агресивну конкуренцію за ринки збуту. Тому однією із найважливіших умов функціонування підприємства на ринку стає забезпечення конкурентних переваг у сфері збутової діяльності. Збут виступає завершальною стадією усього виробничо – господарського процесу і тому постійне удосконалення цього процесу є досить актуальним.

Проблемам збутової діяльності підприємств присвячені праці багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема таких, як Л.В. Балабанової, П. Вінкельмана, В. Герасимчука, І. Герчикової, Ф. Котлера, Жан-Жака Ламбена, Б. Мільнера, С. Скібінського, А. Старостіної та інших. У той же час залишається проблемним питання визначення місця збуту у системі маркетингу підприємства та його адаптованість до сучасних умов.

Під збутовою діяльністю підприємства слід розуміти все те, що забезпечує максимальну вигідність торгівельної угоди для кожного з партнерів при першочерговому врахуванні інтересів і вимог кінцевого або проміжного споживача. Важливість даного елементу у маркетингу пояснюється наступними факторами:

- 1) в сфері збуту остаточно виявляється результат всіх зусиль підприємства, направлених на розвиток виробництва і отримання прибутку;

- 2) пристосовуючи збутову мережу до потреб споживачів, підприємство має більше шансів для виграшу в конкурентній боротьбі;

- 3) збутова мережа продовжує процес виробництва товару, беручи на його доопрацювання і підготовку до продажу (сортування, фасування, упакування);

- 4) саме у процесі збутової діяльності найбільш ефективно відбувається вплив смаків і переваг споживачів.

Підкреслимо те, що роль збуту в умовах ринкової економіки набуває іншого значення, ніж при централізованому плануванні. Якщо раніше достатньо було лише продати продукцію покупцю, то на сьогодні виробник повинен регулювати увесь процес товароруху – починаючи від поставок сировини та закінчуючи споживанням.

Беручи усе це до уваги, формування ефективної збутової стратегії повинне виступати одним із пріоритетних напрямків економічної орієнтації сучасного підприємства. З цією метою слід пройти три етапи: аналіз наявної збутової стратегії, розробка стратегічного рішення та розробка програми управління клієнтським активом.

На першому етапі необхідним є проведення аналізу збутової стратегії, яку використовує підприємство на сьогодні. Для цього доцільним є визначення ефективності використання існуючої збутової мережі для кожного виду продукції, а також проведення оцінки її організаційної структури.

Наступний етап на основі проведеного аналізу передбачає розробку стратегічного рішення, враховуючи сильні та слабкі сторони, які були виявлені на попередньому етапі. Необхідно зазначити, що прийняття стратегічного рішення може включати:

- 1) диверсифікацію споживачів продукції;
- 2) навчання робітників збутової служби нових прийомів і методів збуту, які інтегровані до сучасних ринкових умов;
- 3) створення ефективної системи зворотного зв'язку із споживачами;
- 4) посилення контролю за діяльністю основних посередників, а саме дистриб'юторів та дилерів;
- 5) налагодження тісної взаємодії з відповідними підрозділами виконавчої влади, які здійснюють державні закупівлі.

Заключним у формуванні стратегії є розробка програми управління клієнтським активом, яким повинна займатися спеціально створена група. Важливим виступає побудова глибоких відносин на довготривалих засадах із стратегічними клієнтами.

Зауважимо, що через вплив на збут чинників як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, невід'ємною частиною формування збутової діяльності стає безперервний контроль за роботою усіх елементів даного процесу. Його ціллю стає підвищення економічної ефективності збутової діяльності підприємства. Досягнення поставленої мети забезпечується своєчасним попередженням недоліків у збуті, їх виявленням та усуненням.

Підсумовуючи усе вищевикладене, можна зробити висновок про те, що збутова діяльність є ефективним інструментом в досягненні комерційного успіху і підвищення його престижності в сучасних умовах конкурентного середовища.

Г.О. КРИШТАПЮК, студент, м. Луцьк, ЛНТУ

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Ринкова трансформація економіки України зумовила

перехід на інноваційну модель її розвитку, що вимагає адаптації економічних відносин до нових умов господарювання. Жорстка конкуренція на ринку змушує підприємства переглядати існуючі принципи і підходи до їх діяльності, які гальмують їх розвиток. Це викликає необхідність впровадження маркетингової логістики в процес функціонування підприємств, що сприятиме ефективному збуту виготовленої продукції.

Під маркетинговою логістикою слід розуміти систему оптимізації матеріальних, інформаційних і фінансових потоків, при якій доставка товару здійснюється у потрібній кількості, якості й асортименті в потрібний час і потрібне місце за прийнятною ціною з мінімальними витратами, кінцевим результатом якої є максимальний прибуток від діяльності всіх ланок логістичного ланцюга і соціальний ефект. З цього слідує, що маркетинг і логістика пов'язані, оскільки всі підсистеми економічної системи (маркетинг, логістика, виробництво, менеджмент, інновації) залежні.

Слід відмітити, що застосування в процесі управління збутовою діяльністю підприємства логістичного та маркетингового підходів дає змогу оптимізувати рух товарних, фінансових та інформаційних потоків.

Реалізація маркетингового підходу полягає в управлінні збутом продукції, орієнтованої на попит, при цьому необхідно дати відповіді на такі питання: який товар потрібен потенційному споживачеві, де, коли, в якій кількості та якої якості. Використання ж логістичного підходу полягає в управлінні збутовою діяльністю, орієнтованому на матеріальні, інформаційні та фінансові потоки, при цьому основною метою є ефективне використання потенційних можливостей при доведенні продукції, що користується попитом, до кінцевого споживача. Таким чином, синергетичний підхід передбачає забезпечення вчасної доставки товарів у необхідне місце, в потрібній кількості відповідно до запитів споживачів, а також до запланованого рівня обслуговування з мінімальними витратами.

Відзначимо, що метою маркетингової логістики в процесі управління збутовою діяльністю є доставка продукції споживачам та своєчасне отримання доходу у вигляді виручки, оскільки сама збутова діяльність є складним процесом, який включає в себе не лише заходи з формування каналів розподілу

та торгівлі товарами і послугами, а й увесь той комплекс дій, який забезпечує підвищення ефективності продажу.

Беручи все це до уваги, можна виокремити стратегічно важливі завдання в процесі управління збутом продукції з позиції маркетингової логістики, зокрема, такі як налагодження контактів і довготривалих відносин з найбільш вигідними для підприємства постачальниками, виявлення найбільш надійних та вигідних збутових посередників і каналів збуту його продукції, забезпечення товароруку, стимулювання попиту на продукцію підприємства, планування закупівель та управління запасами сировини, матеріалів і комплектуючих, забезпечення участі логістичної системи в плануванні виробництва.

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що використання в діяльності підприємства інтеграції логістичного та маркетингового підходів оптимізуватиме рух товарів, шляхом підвищення їх споживчої цінності. Окрім того, використання маркетингової логістики в процесі управління збутовою діяльністю дає змогу оперативно реагувати на мінливість зовнішнього середовища. Зважаючи на те, що розвиток маркетингової збутової логістики обумовлений прагненням до скорочення грошових витрат, пов'язаних з рухом товару, то її застосування в процесі управління збутовою діяльністю підвищить не тільки ефективність системи збуту на підприємстві, але і всього підприємства в цілому.

Г.Г. ОСАДЧА, канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і аудиту

М.В. ЦУР, студент

БЮДЖЕТУВАННЯ – ОСНОВА УСПІХУ ПРАТ «СЛАВУТСЬКИЙ СОЛОДОВИЙ ЗАВОД»

Бюджетування (Budgeting) – це процес планування майбутньої діяльності підприємства і оформлення його результатів в вигляді системи бюджетів. Однозначного тлумачення терміна «бюджетування» немає. В науковій літературі зустрічається багато подібних визначень, які підкреслюють різні сторони цього процесу [с. 340, 1].

Складання бюджетів є невід'ємною складовою загального

процесу планування на підприємстві.

Завдання бюджетного планування полягає в обґрунтуванні та розширенні річного плану господарської діяльності підприємства з метою усунення непередбачуваних змін, які виникають в процесі його діяльності, координації дій між центрами відповідальності для уникнення прийняття неузгоджених рішень, підвищенні ефективності управлінського контролю тощо. Основний бюджет підприємства включає операційні та фінансові бюджети [с.129, 2].

Підприємство ПрАТ «Славутський солодовий завод» до невеликої кількості підприємств, що забезпечують пивоварну галузь солодом, що користується великим попитом на внутрішньому та зовнішньому ринку.

Складання плану реалізації – початковий етап у формуванні операційного бюджету. Тут відображено обсяги реалізації продукції у вартісному вираженні за місяцями та в цілому за рік. Особливістю для заводу є те, що підприємство на момент складання бюджету уже має підписані угоди з покупцями та замовниками, а тому планову суму реалізації солоду розбивають на дві частини – обсяги із сто відсотковою реалізацією та решта, необхідна для виконання плану. Визначаючи ціни на продукцію, обов'язково враховують рівень витрат на виробництво та реалізацію продукції, рівень цін конкурентів, державне регулювання ринку та інші внутрішні й зовнішні чинники. Прийнятні для ринкового середовища методики визначення цін на продукцію, як правило, враховують собівартість виробленої продукції, очікування споживачів і конкурентне середовище ринку.

В план реалізації готової продукції також враховують такий важливий показник як умови оплати та строки, що надалі можна було спрогнозувати рух грошових потоків підприємства.

Далі складають план виробництва, що ґрунтується на даних плану реалізації та плану заготівлі сировини - ячменю. Агропромислові підприємства збирають урожай на момент його повного дозрівання у чітко визначений період, а тому забезпеченість заводу сировиною на пряму залежить від постачальників. Період закупок носить сезонний характер - починається в липні планового року і закінчується в квітні року наступного за плановим. Бюджет закупок ячменю розбивають

на місяці з підпунктами окремих постачальників та цін, які вони пропонують за поставлену сировину.

Заключним етапом бюджетування є складання прогнозного звіту про рух грошових коштів.

При складанні бюджету собівартості застосовуються системи абзорпшен-костинг та стандарт-костинг. Такий підхід забезпечує гнучкість прийняття управлінських рішень щодо обсягів виробництва та обсягів реалізації з вітчизняними та зарубіжними покупцями.

Як відомо, складання бюджетів та контроль їх виконання, пов'язаний із обробкою великого масиву нормативно-довідкової технологічної, технічної та економічної інформації, а тому на підприємстві застосовуються сучасні інформаційні технології.

Процес бюджетування забезпечує достатність та прозорість прогнозової та фактичної інформації при прийнятті господарських управлінських рішень, що забезпечує підприємству стабільний економічний розвиток ПрАТ «Славутський солодовий завод».

Список літератури: **Голов С.Ф.** Управлінський облік: Підручник. – К.: Лібра, 2003. – 704с.; **2. Марущак А.І., Марущак П.О.** Управлінський облік у схемах і таблицях: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – Тернопіль: Астон, 2010. – 192с.

Г.Г. ОСАДЧА, канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і аудиту

І.В. СУЛИМА, магістрант кафедри обліку і аудиту

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Перехід України до ринкової економічної системи, характеризується дестабілізацією розвитку галузей економіки, поглибленням кризових явищ, зниженням життєвого рівня населення, офіційним безробіттям, розладом фінансової системи. Спричинені проблеми, вимагають пошуку шляхів до забезпечення високого рівню добробуту населення на основі раціональної організації оплати праці і створення достатньої кількості робочих місць.

За останні два роки спостерігається відновлення ключових галузей промисловості, зростання темпів розвитку сільського

господарства, що забезпечило зростання мінімальної заробітної плати у 2012 році до 1134 гривень та підвищення соціальних виплат населенню [2].

Суб'єкти господарювання в своїй господарській діяльності керуються Законом України «Про оплату праці», Законом України «Про колективні договори та угоди», Кодексом законів про працю України тощо.

Оплата праці завжди перебувала у центрі уваги науковців. А.Сміт та Д.Рікардо розробили теоретичні основи концепції розуміння заробітної плати як ціни праці. А.Сміт вважав, що в основі ціни праці лежить вартість засобів існування, необхідних для життя працівників та членів їх сімей. Фактично він зводив заробітну плату до вартості робочої сили. У цій концепції величина заробітної плати та динаміка формуються під впливом ринкових факторів і в першу чергу співвідношенням попиту та пропозиції.

К.Маркс розробив концепцію розуміння заробітної плати як грошового вираження вартості товару “робоча сила”. Він вважав, що заробітна плата “... є перетвореною формою вартості, або ціною, робочої сили”. У цій концепції величина заробітної плати визначається умовами виробництва та ринковими факторами – попитом і пропозицією, під впливом яких відбувається відхилення заробітної плати від вартості робочої сили.

Будь-яке поняття характеризується функціями, які воно виконує. В перекладі з латини, слово «функція» означає призначення, сфера діяльності, роль. Таким чином, функція оплати праці – це її призначення, роль, складова сфери практичної діяльності в узгодженні і реалізації інтересів головних суб'єктів соціально-трудових відносин [1].

До основних функцій оплати праці відносять наступні: відтворювальна функція полягає у забезпеченні працівників та членів їхніх сімей необхідними життєвими благами для відновлення робочої сили; стимулююча функція полягає у встановленні залежності розміру заробітної плати від кількості та якості праці конкретного працівника, його трудового внеску в результати роботи підприємства; розподільча (регулююча) полягає в оптимізації розміщення робочої сили за регіонами, галузями господарств, підприємствами з урахуванням ринкової кон'юнктури; соціальна функція – полягає

у забезпеченні соціальної справедливості, однакової винагороди за однакову працю.

Актуальні проблеми оплати праці в Україні: низький рівень заробітної плати, що свідчить про незадовільне виконання її відтворювальної функції; низька частка заробітної плати у ВВП і собівартості продукції; тінізація заробітної плати; затримка виплати заробітної плати; порушення законодавства у галузі оплати праці, основних положень генеральної і галузевих угод, колективних договорів; незадовільна галузева, регіональна та професійна (кваліфікаційна) диференціація заробітної плати; відсутність у багатьох випадках пов'язаності розмірів заробітної плати найманих працівників з рівнем їхньої кваліфікації, результатами праці, що викликає у співробітників відчуття несправедливості та знижує мотивацію до продуктивної і якісної праці.

Поступове нарощування економічного потенціалу держави Україна, продовження курсу урядових реформ, що пов'язані з створенням робочих місць забезпечать зростання доходів населення та добробуту нації.

Список літератури: Закон України “Про оплату праці” зі змінами та доповненнями від 17.05.2012 р. № 4719-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/108/95%D0%B2%D1%80>. 2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/index/salary/>.

В.В. СИНІЧКО, студентка, м.Ужгород, ЗакДУ

ТОРГОВІ МАРКИ ТА БРЕНДИ В РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

На сьогоднішній день бренд - це не просто розпізнавальний знак компанії, бренд - це мистецтво виділятися з натовпу конкурентів і домінувати на ринку. Це своєрідна обіцянка компанії своїм клієнтам і партнерам.

Давно помічено, що найчастіше люди здійснюють покупку на підставі начебто незначних деталей, так би мовити емоційно. Як кажуть зустрічають по одягу. Так і покупці, прийшовши в магазин і побачивши на прилавку новий продукт відомої, перевіреної часом марки, не будуть сумніватися в його якості.[1]

Поняття бренду і торгової марки часто об'єднують в одне, хоча це помилково. Торговою маркою називається

розпізнавальний знак підприємства, фірми-виробника товару, обов'язково зареєстрований в спеціальному відомстві: слова, зображення або їх поєднання.

Торгова марка є певним створеним "образом" товару, основою для бренду. Бренд, в свою чергу, це торгова марка, яка вже зафіксувалася в свідомості покупця, її візуальний образ, як би інтелектуальна частина продукту або товару. У маркетингу прийнято вважати, що якщо більше 20% споживачів товару (цільової аудиторії) виявляють позитивне до нього ставлення, то такий товар вже можна сміливо іменувати брендом.

Бренд і торгова марка дозволяють відрізнити товар від всіх інших аналогічних товарів на ринку, тільки бренд міцно закріплюється у свідомості покупця, а торгова марка може взагалі там не відклатися. Якщо торговельна марка є практично у всіх компаній, то бренд - поняття одиничне, і нею володіють далеко не всі.

Бренд і торгова марка володіють ще однією істотною відмінністю: в першому випадку у покупця незмінно виникають асоціації з хорошою якістю товару або послуги, у другому випадку це не обов'язково.

Щоб торгова марка стала брендом, спочатку потрібно займатися дуже ретельної її розробкою продумуючи концепцію і унікальність, а потім активно просувати за допомогою цілого комплексу маркетингових заходів, задіюючи при цьому висококваліфікованих фахівців.

Обов'язковою умовою успішного існування і функціонування бренду є дотримання загального фірмового стилю - візуального та смислової єдності образу організації. Все частіше для ефективного брендування використовується персонаж, що передає весь комплекс характеристик і асоціацій, закладених в бренд. [2]

Бренд виражає цінності вашої компанії, ваші принципи, то у що ви вірите, навколо чого організовується ваше життя, чим ви прагнете бути відомими. Це негучна реклама всієї вашої організації, запорука майбутнього успіху. Якщо у вас слабкий бренд, люди будуть перевіряти вашу компетентність, якість вашої роботи, будуть сперечатися з вами про ціни і тощо. Це зайві проблеми, які гальмують діяльність будь-якої організації.

Найуспішніші та відомі сьогодні бренди асоціюються з такими цінностями, як якість, винятковість, турбота про людей,

відповідальність, інновації, нарешті, лідерство в своїй галузі. Крім того, сьогодні важливою цінністю може бути технологічна перевага. Бренд ідеально зіграє свою роль, якщо ваші клієнти, партнери, співробітники будуть відгукуватися про вас так: «Маючи справу з цією компанією, ви завжди отримаєте те, що вам обіцяли».[3]

Список літератури: 1. **Кевин Лейн Келлер.** Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом(Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity) — М.: [«Вильямс»](#), 2005. — С. 704. 2. **Дэвид А.Аaker.** [Создание сильных брендов](#)(Building strong brands) — М.: [Издательский дом «Гребенников»](#), 2003, 2007 (переиздание). — С. 440. 3. **Виктор Тамберг, Андрей Бадин.** [Бренд: Боевая машина бизнеса](#) — М.: [«Олимп-бизнес»](#), 2005. — С. 240.

Т.П. МЕДВЕДОВСЬКА, канд.пед.наук, заст. директора, доцент, Міжгалузовий інститут безперервної освіти Державного вищого навчального закладу «Національний гірничий університет»

ІННОВАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ

В сучасних умовах основним є розвиток освіти, науки і культури, розширення інтеграційних процесів у духовному житті людини і суспільства. Зараз перед системою вищої освіти України стоїть завдання формування фахівця, здатного успішно функціонувати в умовах постійних життєвих змін. Тобто, мова йде про людину з інноваційним типом мислення [1, 2].

Нові професійні стандарти і нормативи розглядають майбутнього фахівця в двох аспектах, перший з яких, характеризується професіоналізмом, реалізацією цілей, дотриманням загальноприйнятих у суспільстві норм, а другий – «готує» майбутнього студента-економіста до здійснення професійної діяльності, відповідальності за свої дії [1, 2]. Важливим аспектом у професійній підготовці студентів-економістів є формування комунікативної культури майбутнього фахівця, яка включає наступні складові: професійну підготовленість, психологічна підготовленість, організаторські здібності, педагогічні здібності. Для реалізації себе в майбутній професійній діяльності фахівець-економіст повинен володіти

знаннями як про національну, так і про корпоративну культури [4].

Сьогоденні підходи до теорії і практики економічної освіти помітно змінюються під впливом процесів глобалізації, інтеграції, комп'ютеризації, впровадження та використання мережі Інтернет, медіазасобів, дистанційного, особистісно-орієнтованого навчання та інноваційних інтерактивних та інформаційних технологій.

Під інноваціями в освіті розуміється процес удосконалення педагогічних технологій, сукупності методів, прийомів і засобів навчання. В сучасних умовах, все більше усвідомлюючи суперечності між соціальним запитом на якісну освіту і традиційними методами навчання, педагоги, вчені стали звертатися до пошуку нових освітніх технологій, побудованих на принципах особистісно орієнтованих підходів навчання.

Поширеним напрямом в області економічної освіти є застосування мультимедійних презентацій для подачі навчального матеріалу. Крім цього склалася система інтерактивних технологій, до яких відносяться: методика і технологія дистанційного навчання; кейс-метод; метод портфоліо; метод проектів; електронне тестування тощо.

Впровадження новітніх інформаційних і комунікаційних технологій вимагає поглибленого аналізу переваг та недоліків використання мультимедійних комплексів у навчальному процесі. Особливої актуальності набуває дослідження методичних можливостей, що відкриваються при використанні інформаційних технологій в економічній освіті. В даний час світова тенденція передбачає перехід процесу навчання на новий технологічний рівень з обов'язковим використанням інформаційних технологій. Необхідність їх використання, особливо у викладанні економічних дисциплін, диктується кількома обставинами: фундаментальні цивілізаційні зміни переходу до нової стратегії розвитку суспільства на основі знань і перспективних високоефективних технологій; формування вимог нової моделі вищої освіти (поєднання загальноосвітньої підготовки з можливістю вивчення дисциплін на основі інноваційних технологій навчання) [3].

Узагальнюючи досвід розробки комп'ютерних освітніх технологій, можна сказати, що досить високу педагогічну ефективність мають ті, які забезпечують: діалоговий режим в

процесі рішень різних пізнавальних завдань; моделювання даних; видачу індивідуальних завдань. Це дозволяє сформулювати приблизний перелік дидактичних вимог до сучасних технологій навчання. Вони повинні забезпечувати кожному студенту можливість навчатися за оптимальною, індивідуальною програмою, враховуючи в повній мірі його пізнавальні здібності, мотиви, схильності; оптимізувати зміст навчальної дисципліни; оптимізувати співвідношення теоретичної та практичної підготовки майбутніх фахівців. Інформаційні технології є додатковим способом освіти в галузі викладання економічних дисциплін, оскільки вони підвищують якість навчання, а також скорочує час вивчення дисципліни [3].

Економічні дисципліни, як стратегічний менеджмент, інноваційний менеджмент, управління витратами, бухгалтерський облік, економіка підприємства, організація і планування виробництва та інші нерозривно пов'язані з таким поняттям як освітня ефективність, для оцінки якої використовують інноваційні освітні технології, крім традиційних методів.

Таким чином, роль інноваційних інтерактивних та інформаційних технологій стрімко підвищується у всіх сферах суспільної життєдіяльності. Тому виникає потреба в збільшенні найбільш передових і ефективних програмно-технологічних освітніх рішень, особливо в економічній освіті вищих навчальних закладів.

Список літератури: 1. **Кларин М.В.** Инновации в мировой педагогике: обучение на основе исследования / М.В. Кларин. – Рига: Эксперимент, 1995. – 176 с. 2. **Кремень В.Г.** Образование и наука в Украине - инновационные аспекты. Стратегия. Реализация. Результаты / В.Г. Кремень – К.: Грамота, 2005. – 448 с. 3. **Полат Е.С.** Новые педагогические и информационные технологии в системе образования: Учебное пособие / Е.С. Полат, М.Ю. Бухаркина [и др.] – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 219 с. 4. **Чайка Г.А.** Культура делового общения менеджера: Учебное пособие / Г.А. Чайка – М., 2005. – 442 с.

О.М. СОЛОВЕЙ, студент, м. Луцьк, ЛНТУ

БЕНЧМАРКІНГ ЯК МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Зростання конкуренції примушує підприємства різних галузей до пошуку нових інструментів і методів підвищення

ефективності управління, забезпечення стабільного рівня конкурентоспроможності, які б ґрунтувалися на виявленні та впровадженні інновацій. Одним з таких ефективних методів, що надає можливість підприємству постійно нарощувати продуктивність, покращувати якість своєї роботи, бути попереду своїх конкурентів, є бенчмаркінг, який, за даними консалтингової компанії Bain&Co, упродовж останніх років входить до трійки найпоширеніших методів управління виробничо-господарською діяльністю міжнародних корпорацій.

Поняття «бенчмаркінг» являє собою механізм порівняльного аналізу ефективності діяльності одного підприємства з показниками інших, успішніших підприємств.

Основними видами бенчмаркінгу є наступні:

- внутрішній бенчмаркінг – бенчмаркінг, здійснюваний усередині організації шляхом зіставлення характеристики окремих виробничих одиниць за певні періоди часу;
- бенчмаркінг конкурентоспроможності – оцінювання та порівняння характеристик підприємства з конкурентами; дослідження специфічних продуктів, можливостей процесу або адміністративних методів підприємств-конкурентів;
- бенчмаркінг витрат – порівняння витрат організації за певні проміжки часу з витратами конкурентів;
- функціональний бенчмаркінг – бенчмаркінг, що порівнює характеристики та технологію визначеної функції в двох або більше організаціях одного сектора;
- бенчмаркінг процесу – приведення визначених показників, характеристик та функціональності процесів до ідеальних в аналогічних процесах підприємств-конкурентів;
- загальний бенчмаркінг – бенчмаркінг процесу, що порівнює визначену функцію в двох або більше організаціях, незалежно від сектора їхньої діяльності;
- стратегічний бенчмаркінг – систематичний процес, спрямований на оцінку альтернатив розвитку, реалізацію стратегій для підвищення ефективності на основі вивчення успішних стратегій зовнішніх підприємств-партнерів.

Необхідно зазначити, що вибір того чи іншого виду бенчмаркінгу підприємством визначається такими умовами:

1. Характером завдань, які потрібно вирішити, і аспектами проблем, що розглядаються.

2. Доступними ресурсами і часом для проведення бенчмаркінгу.

3. Досвідом проведення бенчмаркінгу.

4. Достатністю ресурсів для реалізації заходів щодо реалізації економічної стратегії.

Здійснюючи бенчмаркінгову діяльність, підприємства переслідують досягнення певних цілей, до яких варто віднести наступні: визначення конкурентоспроможності підприємства та його слабких сторін; усвідомлення необхідності змін; добір ідей щодо кардинального поліпшення бізнес-процесів; виявлення найкращих прийомів роботи для компаній цього типу; розроблення інноваційних підходів до вдосконалення бізнес-процесів; розроблення нових заходів з метою підвищення ефективності роботи та якості послуг, що надаються.

Базуючись на зарубіжному і вітчизняному досвіді організації бенчмаркінгу, можна визначити такі етапи його проведення:

1. Планування. На цьому етапі здійснюється: обрання сфери бенчмаркінгу і його цілей; визначення пріоритетів для удосконалення; визначення методології збирання даних для аналізу.

2. Збирання даних. На цьому етапі здійснюється: вибір групи компаній для порівняння; збирання даних про компанії обраної групи, їх бізнес-процеси і продукцію, яку вони виготовляють; збирання даних про власні процеси компанії; визначення методології для аналізу даних.

3. Аналіз. Здійснюється на підставі: оцінювання рівня власної ефективності та компаній, що порівнюються; ідентифікація розриву у рівні ефективності за основними процесами, що аналізуються; аналіз причин розриву у рівні ефективності; пошук шляхів і розробка рекомендацій з усунення розриву у рівні ефективності.

4. Впровадження. Виконується робота з реалізації результатів аналізу в практичній діяльності підприємства.

5. Контроль і оцінювання. Цей етап полягає в проведенні моніторингу результатів реалізації заходів бенчмаркінгу та їх впливу на основні процеси шляхом обчислення відповідних показників ефективності. У разі досягнення мети з'ясовують інші проблеми для їх майбутнього розв'язування, і процес бенчмаркінгу повторюється.

Таким чином, користь бенчмаркінгу полягає у тому, що виробничі і маркетингові функції стають більш керованими, оскільки на підприємстві досліджуються і впроваджуються більш ефективні методи і технології підприємств-лідерів, що дозволяє підвищувати рентабельність діяльності, створювати корисну конкуренцію, максимально задовольняти потреби споживачів.

Н.О. СТОЛЯР, студент

І.М. БОЖЕНЬОВА, асистент

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

На сьогоднішній день, в умовах ринкової економіки, головним джерелом добробуту та процвітання держави, регіону та окремого підприємства виступає праця – трудова діяльність людини, спрямована на створення матеріальних благ.

Актуальність теми обумовлюється тим, що проблема механізму ефективного використання трудового потенціалу належить до числа тих, які не бувають вирішеними до кінця, оскільки займають важливе місце в економічній науці і практиці.

Метою даної статті є дослідження та оцінка проблем формування та використання трудового потенціалу.

Проблеми формування та використання трудового потенціалу нашли відображення у наукових працях багатьох вчених, таких як: Л.Антошкіна, Д.Богиця, І.Бондар, В.Близнюк, О.Грішнова, О.Сологуб, Н.Ушенко, а також Е.Денісон, Я.Мінсер, М.Фрідмен, Т.Шульц та інші.[3]

Ефективне використання трудового потенціалу зумовлює раціональне та повне використання трудового потенціалу відповідно до його якісних та кількісних характеристик.

Повне використання трудового потенціалу – це залучення до праці такої чисельності економічно активного населення, яке б не зменшило існуючих показників ефективності та розвитку економіки країни. Ефективне використання трудового потенціалу в суспільне виробництво передбачає не лише повне використання трудового потенціалу, а й раціональне.

Рациональність трудового потенціалу полягає у його розподілі між видами праці та відповідними секторами економіки.[3]

Персонал підприємства формується та змінюється під впливом внутрішніх (характер продукції, технології та організації виробництва) і зовнішніх факторів (демографічні процеси, юридичні та моральні норми суспільства, характер ринку праці тощо). Вплив останніх конкретизується у таких параметрах макроекономічного характеру, як: чисельність активного (працездатного) населення, загальноосвітній його рівень, пропозиція робочої сили, рівень зайнятості, потенційний резерв робочої сили. У свою чергу ці характеристики обумовлюють кількісні та якісні параметри трудових ресурсів.[1]

Також слід зазначити, що особливу роль у соціально-економічному розвитку держави та формуванні трудового потенціалу відіграють міста, які як універсальне утворення є одночасно місцем зосередження населення, обслуговуючої інфраструктури та концентрації промислової діяльності. Оскільки міста як центри промислового розвитку також є осередками промислово-територіальних систем і центрами розселення, їх можна вважати опорними пунктами формування та розвитку трудового потенціалу.[4]

Найважливішим показником ефективності трудових ресурсів є продуктивність праці. Продуктивність праці вимірюється виробітком продукції за одиницю часу і витратами часу на одиницю продукції.

Вихідним моментом для оцінювання і прийняття рішень у галузі кадрового потенціалу є аналіз забезпеченості підприємства трудовими ресурсами й ефективності їх використання. Слід зауважити, що з переходом до ринкової економіки аналіз трудових відносин набирає щораз більшої ваги, оскільки робоча сила має вартісну оцінку, та є конкурентною на ринку праці. Це розширює межі аналітичних досліджень, критеріями оптимізації трудових відносин стають не лише економічні, а й соціальні параметри. Економічні й соціальні гарантії праці, з одного боку, і жорсткі умови трудової діяльності, з іншого, формують сферу глибоких аналітичних досліджень кадрового потенціалу підприємства.

Також щодо освітньої складової, то вона виступає пріоритетним чинником формування трудового потенціалу. Перехід до ринкових відносин, становлення України як

соціально спрямованої держави зумовляють зміну ставлення до освіти та системи освітніх послуг як елементів ринку праці. Це означає, що ринок освітніх послуг повинен задовольняти не тільки особисті потреби людини в самореалізації та саморозвитку, але й забезпечувати підприємства спеціалістами необхідних професій та кваліфікацій. Ринок освітніх послуг та ринок праці неможливо розглядати окремо один від одного, оскільки вони тісно взаємозв'язані, і лише пропорційне співвідношення потреб ринку праці та пропозицій з боку освітнього ринку стануть підґрунтям економічної стабільності та розвитку підприємства.[2]

Отже, трудовий потенціал є одним із найважливіших чинників, який впливає на ефективність діяльності підприємства. Для того, щоб досягти більш ефективного його використання на підприємствах України необхідно: залучати персонал до рішення усіх питань, щодо функціонування підприємства (робітники повинні освідомити всі реальні проблеми, з якими зіштовхується організація); варто знаходити свіжі і ефективні підходи для поліпшення функціонування організації, а саме – вивчення постанов і проблем гуманізації праці, планування кар'єри і розвитку, системи оплати і прибутків, запровадження гнучкого робочого графіку.

Список літератури: 1. Денисенко І.А. Мотивація і її вплив на підвищення ефективності використання трудових ресурсів в умовах економічної кризи // АгроСвіт. – 2011. – № 17/18. – С. 26-28. 2. Сем'ян О.В. Формування та використання трудового потенціалу підприємств // Економіка та управління підприємствами. – 2010. – №4. – С. 67-70. 3. Чернега І.І. Сутність механізму ефективного використання трудового потенціалу // Збірник наукових праць Харківського НАУ. – 2010. – №11. – С. 170-176. 4. Чорний Р.С. Просторові особливості формування і розвитку трудового потенціалу // Економіка України. – 2012. – №9. – С. 88-93.

С.М. ЦУДНА, студ. IV курсу факультету економіки та менеджменту Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ЯЄЦЬ В УКРАЇНІ

Яєчне птахівництво в Україні – важливе джерело підвищення продовольчої безпеки країни. На сучасному етапі основним завданням розвитку яєчного птахівництва є забезпечення населення високоякісними продуктами

харчування, створення умов для підвищення ефективності галузі та конкурентних переваг як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках [4].

Значний внесок у розвиток птахівництва в нашій країні зробили такі науковці Н.В.Бесулін, В.Н. Бородай, О.Ф. Кирилюк, Ю.Ф. Мельник, О.М. Шпичак, Ф.О. Ярошенко та інших вчених.

Мета статті полягає в комплексному вивченні питань стану ринку яєць в Україні та висвітленні основних тенденцій його розвитку.

Сьогодні характерними особливостями ринку яєць в Україні є збільшення частки промислового виробництва за рахунок зниження виробництва господарствами населення, збільшення споживання яйця, що дає можливість промисловим виробникам нарощувати свої потужності [3].

У 2011 році виробництво яєць від птиці всіх видів в Україні склало 18689,8 млн. шт., що на 9,6% більше, ніж в 2010 році. З них сільськогосподарськими підприємствами було вироблено 11738,2 млн. шт., що становить 62,8 % від загальної кількості виробленої продукції (табл.1).

Таблиця 1 - Виробництво яєць від птиці всіх видів (на 1 січня, млн.штук)*

Категорії господарства	Роки							2011 у % до 2010
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
Усі категорії господарств	13045,9	4234,6	14062,5	4956,5	15907,5	17052,3	18689,8	109,6
Сільськогосподарські підприємства	6458,1	632,8	7604,5	470,4	9258,2	10249,6	11738,2	114,5
Господарства населення	6587,8	601,8	6458,0	4586,1	6649,3	6802,7	6951,6	102,2

*Джерело: Тваринництво України. Статистичний збірник / [за ред. Н.С. Власенка]. – К.: Державна служба статистики України, 2012. – 211 с.

Збільшення виробництва яєць останніми роками відбувається за рахунок різкого зростання продуктивності курей, особливо у великих сільськогосподарських підприємствах, завдяки поліпшенню селекційної бази, збалансованості і якості кормів. Так, за період 2000-2011 рр. середньорічна несучість курей-несучок в сільськогосподарських

підприємствах зроста (рис.1) на 34,3% з 213 штук у 2000р. до 286 штук у 2011р.

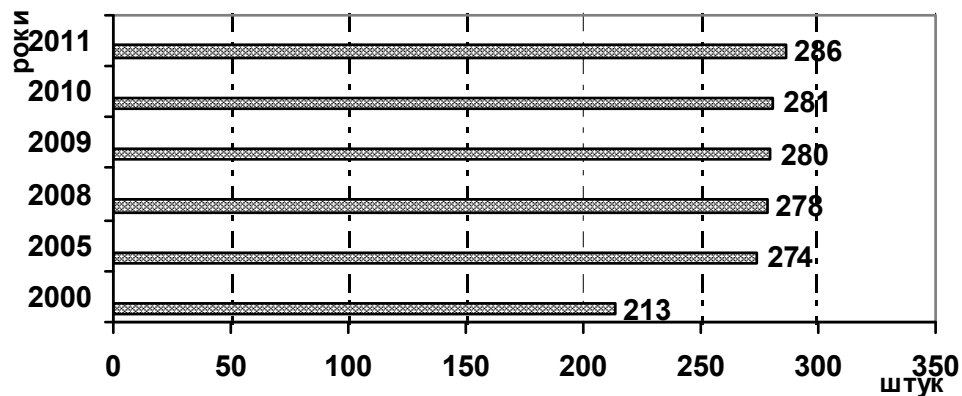


Рис.1. Середньорічна несучість курей-несучок в сільськогосподарських підприємствах, штук

Споживання яєць населенням України з року в рік дедалі зростає, про що свідчать показники рис.2 і така тенденція в Україні зберігається досить тривалий час.

Середньостатистичний українець в 2010 році, за даними Державної служба статистики України, споживав 290 курячих яєць і врешті решт ця цифра відповідає показникам медично обґрунтованих норм. При цьому в розвинених європейських країнах споживання курячих яєць знаходиться на рівні 320 – 350 штук на одну людину в рік. У 2011 році в Україні ця цифра становила 310 штук. Загальне споживання яєць в Україні в 2011 році склало 14,2 млрд. шт., що на 6,8% більш ніж в 2010 році (13,3 млрд. шт.).

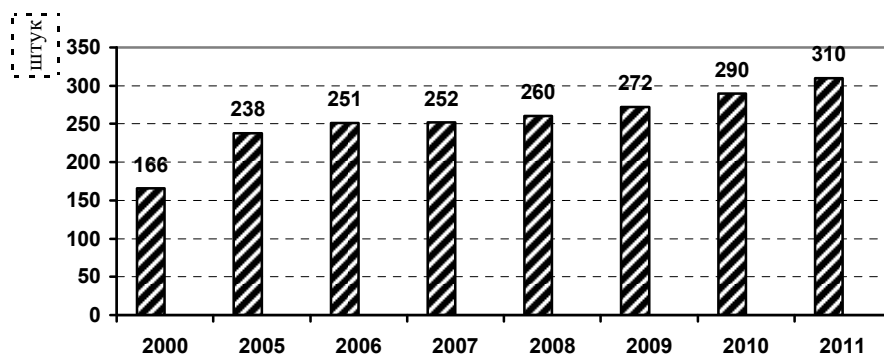


Рис.2. Споживання яєць населенням України в розрахунку на одну особу в рік, штук

В Україні існує велика кількість виробників яєць (близько 200 птахофабрик) і компаній, що займаються торгівлею продукції птахівництва. Підвищення ефективності реалізації

яєць можна досягти шляхом ефективної інтенсифікація в поєднанні із раціональною концентрацією та спеціалізацією виробництва, що дасть змогу раціонально організувати виробництво на основі впровадження інноваційних технологій ведення яєчного птахівництва [3].

Висновки та пропозиції. Ринок яєць в Україні є не повністю насиченим та має значний потенціал для росту.

Основними напрямками підвищення конкурентоспроможності яєчного птахівництва мають стати вдосконалення маркетингової діяльності підприємств та сегментації ринків продукції, впровадження інноваційних технологій, використання високопродуктивних кросів птиці, вдосконалення високотехнічних систем машин та обладнання, створення міцної кормової бази та поліпшення годівлі, вдосконалення системи підготовки та перепідготовки кадрів.

Цінова політика в яєчному птахівництві має базуватись на поєднанні вільного ціноутворення з механізмом державного регулювання, бути спрямована на забезпечення прибутковості виробництва яєць, підтримання стабільності цінової ситуації та прозорості економічних відносин на ринку, запобігання недобросовісної конкуренції.

У цілому варто зазначити, що існуюча в Україні система господарювання в галузі яєчного птахівництва сьогодні ще не в повній мірі забезпечує високоефективне використання виробничого потенціалу. У зв'язку з цим необхідно створити такі економічні умови, за яких виробництво яєць буде прибутковим.

Список літератури: 1. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України: Статистичний збірник / [за ред. Н.С. Власенка]. – К.: Державна служба статистики України, 2012. – 54 с. 2. Тваринництво України. Статистичний збірник / [за ред. Н.С. Власенка]. – К.: Державна служба статистики України, 2012. – 211 с. 3. Український ринок курячого яйця: стан та перспективи [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://proapk.com.ua/apk/2008/02/26/172128.html> 4. Основні тенденції ціноутворення на ринку яєць в Україні / Кирилюк О.Ф. [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/2010_154_1/10kof.pdf

С.В. ЧУРИЛОВ, здобувач кафедри ЕтаОДСГ, м.Харків, УПА

ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ЙОГО ЕЛЕМЕНТИ

В умовах високого динамізму зовнішнього середовища сучасні підприємства можуть підвищувати ефективність своєї

діяльності завдяки впровадженню логістичного управління, спрямованого на високоефективну взаємодію всіх його елементів, інтеграційні можливості якого, дозволять підприємствам раціоналізувати свою діяльність, мінімізувати витрати та підтримувати конкурентоспроможність на ринку, з одного боку, та забезпечувати синергійність бізнес-процесів підприємства, - з іншого.

Незважаючи на значну кількість наукових розробок у сфері логістичного управління, його стан на сучасних підприємствах промисловості України знаходиться на початковому етапі свого розвитку, що обумовлює вирішення низки завдань, пов'язаних зі вдосконаленням формування системи управління, адекватної умовам сьогодення. У зв'язку із цим виникає питання про розкриття сутності та ролі логістичного управління в розвитку підприємств, його елементів й особливостей застосування з одночасним забезпеченням їхньої поточної й довгострокової стабільності, оскільки саме управлінська діяльність обумовлює системну стійкість підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, впливає на логістичні потоки й забезпечує міжфункціональне координування бізнес-процесів підприємства, що, в свою чергу, підвищує його здатність до адаптації в сучасних умовах господарювання, що характеризуються прискореним темпом змін у зовнішньому середовищі та наростаючою конкуренцією.

Необхідність розробки науково обґрунтованих заходів щодо впровадження логістичного управління для забезпечення формування, функціонування та розвитку логістичних систем, що дозволить підприємствам раціоналізувати свою діяльність та підтримувати конкурентоспроможність на ринку обумовила дослідження сутності логістики та виокремлення її структурних елементів.

Огляд літературних джерел свідчить про відсутність єдиної думки серед науковців стосовно поняття «логістика», яке розглядається вченими у декількох аспектах, визначення її функцій і задач та ролі та місця логістики в економіці, що пов'язано із застосуванням практичної логістики в різних її сферах та функціональних галузях.

Велика група вчених трактує логістику як науку або науковий напрям. Як наука логістика ставить і вирішує такі завдання: прогноз попиту і, на його основі, планування запасів;

визначення необхідної потужності виробництва і транспорту; розробка наукових принципів розподілу готової продукції на основі оптимального управління матеріальними потоками; побудова різних варіантів математичних моделей функціонування логістичних систем.

Б.К. Плоткін розглядаючи логістику як наукову дисципліну про управління потоками в системах, не конкретизує у визначенні ані самих систем, ані потоків, що в них циркулюють, та не визначає необхідності їхньої оптимальної взаємодії та взаємозв'язку. Б. Анікін вважає логістику наукою про планування, організацію, управління, контроль і регулювання переміщення матеріальних та інформаційних потоків у просторі і в часі від їхнього первинного джерела до кінцевого споживача. Основним недоліком цього визначення є ігнорування впливу ролі фінансових, у тому числі грошових потоків, які опосередковують рух товарів.

Отже, підсумовуючи тлумачення логістики як науки, які дають уявлення про її концептуальні основи, можна зробити висновок, що справедливо виділяються окремі сторони логістики, проте не окреслюються межі її практичного застосування та розкриваються не всі економічні аспекти товарного обігу. Слід також зазначити високий рівень абстрактності даного трактування, що не дозволяє певною мірою реалізувати усі положення логістики в наукових дослідженнях з метою отримання прикладних результатів.

К.Ю. ЩЕРБАКОВА, студент, м. Луцьк, Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасне маркетингове середовище, в умовах якого діють підприємства, все більше характеризується високим рівнем невизначеності, ризику, інтенсивною конкуренцією та швидкоплинністю ринкових змін. У такій сфері виникає необхідність реалізації ефективного стратегічного підходу до управління розвитком підприємства, що забезпечив би йому відповідну реакцію на зовнішню динаміку.

Багатогранність маркетингової діяльності, як соціально-економічного явища, вимагає постійного вдосконалення і розвитку науково-теоретичних і методологічних засад управління нею, уточнення і доповнення нової управлінської маркетингової концепції, адекватної сучасним умовам та особливостям функціонування підприємств, вимагає конкретизації означення та місця маркетингу в системі стратегічного управління підприємством.

Система стратегічного маркетингового управління розвитком підприємства включає в себе сукупність взаємопов'язаних елементів, найбільш повне використання яких буде сприяти забезпеченню ефективності функціонування підприємства та зміцненню його позиції на ринку в довгостроковій перспективі. Завдання довгострокового успіху підприємства забезпечується з одного боку, стратегічним управлінням, а з іншого – реалізацією функцій маркетингу.

Стратегічний маркетинг слід розглядати як процес, який здійснюється підприємством з ринковою орієнтацією з метою досягнення показників, які перевищують середньоринкові шляхом систематичного проведення політики створення товарів і послуг, та забезпечують споживача продукцією кращою, ніж у конкурентів.

Відзначимо, що стратегічний маркетинг є фактором економічного розвитку, тому що він створює систему маркетингового управління підприємством, яка:

- 1) адаптується до запитів покупців;
- 2) орієнтує інвестиції і виробництво послуг на передбачувані потреби;
- 3) враховує різноманітність потреб через сегментацію ринків;
- 4) стимулює інновації і підприємницьку діяльність.

Виходячи із перерахованих характеристик формуються особливості стратегічного маркетингового управління, серед яких доцільно відзначити такі, як:

- 1) скорочення термінів прийняття управлінських рішень;
- 2) комплексний характер стратегічного управління;
- 3) рівнозначність потенційних можливостей підприємства на ринку;
- 4) важливість урахування суб'єктивних факторів в управлінні.

Зауважимо, що зазначені особливості здійснюють вплив на учасників системи стратегічного управління маркетинговою діяльністю, на їхні взаємозв'язки та на структуру.

Потрібно відмітити, що стратегічне управління маркетинговою діяльністю пройшло певну еволюцію у своєму розвитку. Тому доцільно виокремити такі етапи його розвитку:

1. Бюджетне планування.
2. Довгострокове планування.
3. Стратегічне планування.
4. Стратегічне управління.
5. Стратегічне підприємництво.

На основі вищевикладеного можна зробити висновок, що управління маркетинговою діяльністю може розглядатись як підсистема у складі стратегічного управління. Тому маркетингова орієнтація підприємства надає можливість використання стратегічного підходу до управління і маркетинг об'єктивно є філософією стратегічного управління розвитком підприємства.

Н.В. ГНЕСІНА, аспірант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

МОЖЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ БІЗНЕСУ

Бізнесові комплекси, до яких відносяться і ІТ-компанії, є важливою та невід'ємною складовою всього господарчого комплексу країни. Вони працюють в умовах досить жорсткого, конкурентного ринку. Це означає, що при оцінюванні їх вартості будь-яким методом, треба враховувати не тільки внутрішні складові, якість об'єкту і т.п., а й зовнішні обставини і умови їх функціонування. Саме тому використання методів капіталізації, які по своїй природі є ринковими, виглядає досить обґрунтованим і доцільним.

Методи капіталізації базуються на використанні середніх співвідношень між поточними значеннями деяких економічних показників діяльності підприємства і його ринковою вартістю на даний момент на конкретному ринку.

Існує 2 види методів капіталізації – пряма та непряма капіталізація. Пряма капіталізація використовується для досить сталого, довготермінового бізнесу, де можна обрати якийсь

стабільний економічний показник, значення якого виступає базою для подальших розрахунків. Цей базовий показник є індивідуальним для різних бізнесів. Наприклад, для машинобудівних заводів це – річний обсяг виробництва продукції та запаси незавершеної продукції та матеріальних цінностей, для ІТ компанії – це річний обсяг продукції, тощо. Оскільки в даному випадку мова йде про сталий бізнес впродовж тривалого часу, можна брати середнє річне значення цих величин за декілька років або їх значення за якийсь типовий рік, близький до моменту оцінки. Значення коефіцієнту капіталізації також повинно бути специфічним для даного бізнесу та умов продажів на період оцінки. Краще за все розраховувати його по даним продажів аналогічних бізнесів з урахуванням особливостей конкретного ринку та інших умов. Принципово ті ж самі міркування можуть бути сформульовані і при розрахунках за допомогою мультиплікатора.

Непряма капіталізація використовується при більш динамічному бізнесі, який може змінюватись під впливом зовнішніх або внутрішніх обставин. В такому разі треба розрахувати чистий дисконтований грошовий потік за всі роки періоду, впродовж якого передбачається функціонування об'єкту (розрахунковий період), виявити вплив різного роду ризиків – також по роках, а також врахувати ліквідаційну вартість об'єкту, яку він матиме після закінчення терміну експлуатації. Одержана таким чином величина – це вже основа для встановлення ринкової вартості об'єкту. Перевага методів непрямої порівняно з прямою в тому, що тут розрахунки проводяться безпосередньо за кожний рік, і існує можливість урахувати більш обґрунтоване, реальне значення чистого прибутку і інших показників, ніж це робиться при прямій капіталізації за допомогою коефіцієнта капіталізації або мультиплікатора. Звісно, що трудомісткість такого розрахунку більша, ніж при прямій капіталізації, але при цьому одержується більш адекватний результат.

Таким чином, для оцінювання бізнесових об'єктів можна використовувати весь арсенал методів капіталізації, але в будь-якому випадку спочатку треба ретельно проаналізувати зовнішнє середовище, умови конкретного ринку для того, щоб визначити базові параметри розрахунків – коефіцієнт капіталізації, мультиплікатор або норму дисконтування. Тільки в

такому разі можна розраховувати на одержання адекватного результату.

Література: 1. Чиркова Е.В. Как оценить бизнес по аналогии: пособие по использованию рыночных коэффициентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 225с. 2. Есипов В., Маховикова Г., Терехова В. Оценка бизнеса – СПб.: Питер, 2002.– 416 с. 3. Сударкина С., Гнесина Н., Радзиванович К. Оценка стоимости машин и оборудования. – Харьков, Mag press, 2009, 126с.

Т.А. ДЯЧЕНКО, асистент, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

В умовах поступового світового підвищення цін на енергоносії та інші ресурси проблема ефективного їх використання набуває все більшої значущості та актуальності. Світова економічна криза загострює дану проблему. Крім того, українська економіка характеризується більш екстенсивним шляхом розвитку в порівнянні з західними країнами. Тому для стратегічного розвитку українських підприємств й посилення їх конкурентної позиції як на національному, так і на світовому ринках, вкрай важливим є підвищення ефективності використання ресурсів, що залучаються ними. Для розуміння можливих шляхів вирішення даної проблеми, підприємствам необхідно проводити аналіз ефективності використання наявних ресурсів. Серед безлічі фінансово-економічних показників ми пропонуємо для здійснення поставленої задачі використовувати показники оборотності та рентабельності ресурсів. Показники рентабельності дають змогу побачити той фінансовий результат, який приносить кожна одиниця ресурсу. Чим більше показники рентабельності, тим ефективніше використовуються ресурси. Показники оборотності також свідчать про існуючий рівень ефективності використання ресурсів, оскільки від них залежить величина ресурсів, необхідних для підприємства. Чим вищими є показники оборотності, тим ефективніше використовуються ресурси. Однак, аналіз літератури [1,5] та методик з розрахунку фінансових показників [2,4] свідчить, що конкретні нормативні значення даних показників не розроблено, а відтак, задача оцінки ступеня ефективності використання ресурсів на підприємствах ускладнюється. Тому для її розв'язання ми пропонуємо в якості бази для порівняння використовувати середні значення показників оборотності та рентабельності,

результати розрахунку яких на базі даних Держкомстату України [3] по промисловості України за 2009–2011 рр. наведено в табл.1.

Таблиця 1 – Показники оборотності та рентабельності середні по промисловості України у 2009–2011 рр.

Показники	Роки		
	2009	2010	2011
1	2	3	4
Коефіцієнт оборотності активів	0,82	0,86	1,07
Коефіцієнт оборотності необоротних активів	1,64	2,01	2,24
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,69	1,96	2,10
Коефіцієнт оборотності основних засобів	2,27	2,75	3,12
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	2,11	2,73	3,17
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	2,61	3,02	3,26
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,40	2,60	2,66
Коефіцієнт рентабельності активів	- 0,01	0,01	0,02
Коефіцієнт рентабельності основних засобів	- 0,04	0,03	0,07
Коефіцієнт рентабельності оборотних активів	- 0,03	0,02	0,05
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	- 0,04	0,03	0,07
Коефіцієнт рентабельності продаж	- 0,02	0,01	0,02
Коефіцієнт рентабельності операційної діяльності	0,02	0,04	0,05

Порівняння показників середніх по промисловості з їх значеннями у конкретних підприємств дає можливість зробити висновки про ступінь ефективності використання ресурсів на них.

Список літератури: 1. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В.В. Ковалев. – [2-е изд., перераб. и доп.] – М.: Финансы и статистика, 1998. – 512с. 2. Методичні рекомендації щодо підготовки аудиторського висновку при перевірці відкритих акціонерних товариств та підприємств-емітентів облігацій (крім комерційних банків), схвалені Аудиторською палатою України (протокол засідання Аудиторської палати України від 23 лютого 2001 р. № 99). – Режим доступу до докум: <http://uazakon.com/document/spart33/inx33825.htm> 3. Новини Державної служби статистики України 22.10.2012 [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/> 4. Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації, затверджене наказом Міністерства фінансів України, Фонду державного майна України від 26 січня 2001р. № 49/121. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до докум.: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01> 5. Шеремет А.Д. Методика фінансового аналізу діяльності комерційних організацій / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – [2-е изд., перераб. и доп.] – М.: ИНФРА-М, 2008.– 208с.

ХАМАД ХИЛЯЛ МАХИР НАИФ, Ірак, Басра, бізнесмен

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ МАЛОЙ АВИАЦИИ В УКРАИНЕ

Авиация общего назначения (далее АОН) – авиация, используемая физическими или юридическими лицами (субъектами АОН) для удовлетворения собственных

потребностей в соответствии с установленными для нее правилами и нормами. Воздушные суда АОН – летательные аппараты (ЛА), предназначенные для выполнения спортивных полетов, обучения пилотов-спортсменов, пилотов-любителей, пилотов-профессионалов, сверхлегкие летательные аппараты (СЛА), воздушные шары, восстановленные воздушные суда старого образца (исторические), ЛА, построенные в единичном экземпляре по самостоятельному проекту, а также любые другие ЛА, находящиеся во владении, пользовании или распоряжении субъекта АОН, используемые им в коммерческих и некоммерческих целях (имеющие сертификат летной годности и регистрационное свидетельство). АОН является составляющей частью глобальной транспортной системы многих развитых стран мира, служит гибким, быстрым и эффективным средством связи удаленных районов с деловыми центрами, образует транспортную сеть, которая дополняет, а по многим параметрам и превосходит такие транспортные средства, как воздушный (рейсовая авиация), железнодорожный, автомобильный транспорт.

Специальные ЛА АОН, предназначенные для авиахимических работ (АХР), используют малообъемное и ультрамалообъемное опрыскивание сельскохозяйственных угодий, что более эффективно и на порядок экономичнее проводимых ранее таких работ "большой авиацией". Все это в последнее время обуславливает активный рост популярности АОН во многих государствах земного шара.

Мировым лидером АОН являются США. Ежегодные вливания АОН в экономику этого государства превышают 50 млрд. долларов. Всего самолетов АОН в США (по данным на 1996 г.) – 177 000 единиц, из которых личных более 58%. В США около 5400 взлетно-посадочных полос и площадок используется для самолетов АОН и только 580 аэродромов для самолетов рейсовой авиации [1].

В Украине не наберется и пяти аэродромов, которые используют самолеты АОН, а в Одесской области всего два грунтовых аэродрома для полетов четырех таких самолетов. В нашем государстве отсутствие должного внимания к развитию малой авиации не позволяет решать многие проблемы рационального использования воздушного пространства и эффективной реализации в масштабах Украины преимуществ

АОН. В бывшем Советском Союзе в период с 1922 по 1981 годы было выпущено около 60 000 легких самолетов, 96% которых изготовлено до 1960 г. В Украине в настоящее время такой авиатехники наберется всего несколько сотен единиц, а к 2005 году не останется ничего в связи с выработкой общетехнического ресурса [1]. В Украине ранее существовавшие авиалинии практически не работают, а аэропорты МВА в районных центрах закрыты, большинство грунтовых аэродромов и площадок АХР перепаханы как ненужные, так как авиаперевозки по области нерентабельны, а АХР с применением "больших" самолетов и вертолетов составляют незначительный процент от потребности.

Однако необходимость авиационных услуг в Украине существует. Имеет смысл их возродить и поставить на современный уровень с использованием АОН. Например, по данным статистики, в Европе доля грузов, доставляемых самолетами АОН, в среднем составляет 0,1% по их весу, 1% по количеству грузоотправлений и 10% по стоимости грузов, то есть экономическая ценность и эффективность авиаперевозок многократно выше в стоимостном выражении, чем в весовом. Целый ряд отраслей экономики не в состоянии обходиться без услуг малой авиации. Это в первую очередь сельское и лесное хозяйство, нефтяная и газовая отрасли, энергетика и экология [1].

Дефицит авиационных услуг, оказываемых с применением ЛА малой авиации, приводит к необратимому процессу потери экономической эффективности перечисленных отраслей, что отражается на экономическом состоянии всей области.

Сегодня рынок авиауслуг начал заполняться самолетами АОН. Появились двухместные самолеты авиационных фирм из Херсона – СТ-180, Харькова – Х-32, Киева – А-20, А-22, А-24, А-26, АІ-10. Эти самолеты выходят на международный рынок и получают заслуженную оценку. Вопрос возрождения малой авиации назрел как в государстве, так и в регионах Украины. Высокий уровень развития АОН в США, Европе, Австралии достигнут благодаря целенаправленной поддержке правительств этих стран. Такому государственному подходу предшествовала первоначальная поддержка на региональном уровне [1].

Несмотря на существенные трудности, рынок малой авиации меняет свое направление из США и Европы в сторону

Востока. Помимо украинских традиционных клиентов в Европе и Америке, отечественные малые самолеты начали пользоваться большим спросом на рынках Восточной Европы, Азии и африканских стран. Это означает, что благодаря созданию модельного ряда самолетов с двигателями, работающими на авиакеросине, для нас открываются рынки, на которых авиационного бензина нет или его сложно приобрести. Кроме того, украинские малые самолеты специального назначения, оснащенные спутниковыми антеннами, лазерными сканерами и спецкамерами, закрывают нишу, которая ранее была доступна только для крупных производителей военной продукции.

Литература. 1. Областная целевая Программа развития авиации общего назначения (малой авиации) в Одесской области на 2002–2007 годы. Электронный ресурс.- Режим доступа: http://www.aviajournal.com/arhiv/2000_2002/magazine/200212/st11.shtml 2. Pererva P.G., Kocziszki, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkov-Miskolc? 2012.- 668s.

О.В. СИРОМ'ЯТНИКОВА, аспірант, НТУ «ХПІ», м. Харків

ФОРМУВАННЯ РЕІНТЕГРАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В КРИЗОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Проблеми забезпечення виживання і досягнення необхідних темпів розвитку українських підприємств спостерігаються сьогодні практично в усіх галузях промисловості, особливо машинобудівної галузі. Незважаючи на позитивні тенденції макроекономічного росту, що намітилися, продовжують залишатися актуальними питання, пов'язані із спадом виробництва, дефіцитом фінансових коштів і, як наслідок, з виникненням кризових ситуацій на українських підприємствах. Ринкові реформи і введення процедури банкрутства в практику економічного життя України зробили актуальною проблему неефективного управління підприємствами в умовах кризи, що обумовлює необхідність формування дієвих стратегій управління підприємствами.

В кризових умовах господарювання стратегії управління підприємством являють собою комплекс управлінських технологій та фінансових інструментів, що зумовлені стратегічним характером діяльності підприємства та спрямовані

на припинення дії кризових процесів на підприємстві, формування основ для відновлення його потенціалу та прогнозування й попередження виникнення кризових явищ. Своєчасно розроблена і реалізована у рамках антикризового управління стратегія дозволяє суб'єктам господарювання відновити рівень просторової стійкості, при цьому основними критеріями доцільності впровадження антикризових стратегій є максимізація фінансового потоку, який буде генеруватися при їх впровадженні, та збільшення капіталізації підприємства, яка підсилює адаптивність, конструктивну гнучкість суб'єктів господарювання та адекватність їх реакції до негативних проявів кризових явищ, надає конкурентних переваг та стає запорукою їх стабільності та платоспроможності. Проте, незважаючи на велику кількість запропонованих у наукових публікаціях антикризових стратегій управління підприємством, питання впливу реінтеграційних процесів на підвищення ринкової вартості компанії та застосування реінтеграційних стратегій управління підприємством не знайшли свого відображення і потребують подальшого дослідження.

Необхідно відмітити, що саме реінтеграція як структурних блоків, так і процесів компанії виступає дієвим засобом своєчасної адекватної реакції на зміни у зовнішньому середовищі, дає можливість використовувати управлінський інструментарій та фінансові важелі, що суттєво змінюють погляд на управління компанією, дозволяє закріпити господарські зв'язки, знизити рівень витрат, посилити стимули для отримання найбільш ефективного фінансового результату, сконцентрувати ресурси по найбільш ефективним напрямам технічної політики, використати найефективніше систему взаєморозрахунків, підвищити конкурентоспроможність українських виробників на зовнішньому ринку, а також найекономніше вирішувати окремі завдання використання виробничої і соціальної інфраструктури.

Серед реінтеграційних інструментів вважаємо доречним виділити такі як аутсорсинг, зворотний лізинг, безрегресний факторинг – це гнучкі інструменти; які не тільки заміщують, робочу силу, фінанси, активи, але і змінюють взаємодію на підприємстві, передбачають повну реінтеграцію основних елементів цілісних комплексів з виробництва продукції та включають три складові, спрямовані на внутрішні елементи та

процеси, взаємодію з зовнішнім середовищем та функціональну спрямованість (виробничу функцію підприємства).

Практичне використання даних пропозицій до формування стратегії управління підприємством, дозволить створити компанію, яка здатна забезпечити ефективний розвиток та досягти поставленої стратегічної мети – збільшення своєї ринкової вартості.

А.М. ЛАРКА, асистент, НТУ“ХПІ”, м. Харків

ЕВОЛЮЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПОГЛЯДІВ ВЧЕНИХ НА ПОНЯТТЯ «ВИТРАТИ»

Категорія «витрати» є однією з ключових в економічній науці. Без аналізу витрат не можлива жодна підприємницька діяльність, бо вона має базуватись на економічних розрахунках щодо доцільності використання ресурсів у співвідношенні з отриманими результатами. Ефективне управління витратами неможливе без розуміння сутності цього поняття. Дослідження цієї категорії здійснюється безперервно багатьма вченими розпочинаючи з античних часів та продовжується по теперішній час. Проте, як не існувало єдиного підходу до цього поняття в продовж всього економічного розвитку суспільства, так і досі не існує.

Серед зарубіжних економістів значний внесок у дослідження та розвиток вчень про витрати зробили: А. Сміт, Д. Рікардо, Е. Чемберлен, Р. Коуз, Е. Шмаленбах, К. Макконнел та ін. Вдосконаленням теорії витрат займались також і радянські вчені, зокрема А. Якобі, А. Бірман, А. Абітуров та ін. Серед вітчизняних вчених розкриттю економічної суті витрат приділяють значну увагу такі науковці як О. Олійник, Ю. Цал-Цалко, В. Сопко, Ф. Бутинець. Про актуальність та важливість цього питання в економічній науці також свідчить велика кількість наукових статей, публікацій та дисертаційних досліджень сьогодення.

Розвиток вчень про витрати має витоки ще з античних часів. Найбільш вагомий внесок серед дослідників економічних категорій та процесів належить Аристотелю. Оптимальним способом досягнення багатства в часи античності вважалося

зафарблення нових територій і рабів з подальшою раціональною організацією їх праці, тобто постає питання про зменшення витрат предметів праці шляхом раціонального їх використання [1, с. 382].

Перші спроби впорядкувати знання про економічну діяльність та роль витрат зроблено наприкінці XVI століття меркантилістами. Здебільшого витрати розглядались у тісному взаємозв'язку із розміром заробітної плати, тому більшість меркантилістів були прихильниками низької заробітної плати.

Школа класичної політичної економії започаткувала теорію трудової вартості, яка здобула подальшого розвитку у працях А.Сміта, який сформулював три концепції, відповідно до яких вартість визначається, як витрачена на виробництво товару праця% що купується, тобто кількість чужої праці, яку товаровиробник може отримати в обмін на власну працю% сума доходів [2, с. 153].

Значний вплив на розвиток економічної думки мала розроблена К. Марксом теорія додаткової вартості. Аналізуючи сутність вартості товару, її зв'язок з його ціною вчений виокремив два види витрат: затрати на постійний капітал, куди він відносив витрати на засоби виробництва (засоби праці та предмети праці) та затрати на змінний капітал, які кількісно відповідають витратам на заробітну плату [3, с. 393].

Австрійський теоретик Ф. Візер розробив суб'єктивну теорію витрат альтернативних можливостей, згідно якої дійсні витрати виробництва даного товару рівні найвищій корисності тих благ, які суспільство могло б отримати, якби по-іншому використало зазначені виробничі ресурси. Візер розглядає витрати як своєрідну корисність. Згідно закону Візера – вартість витрат є похідною від вартості продукту [4, с. 244].

Представники теорії граничної вартості (А. Вальрас, К. Менгур, В. Парето) наголошували на тому, що вартість визначається ступенем корисності результату, а цінність речі залежить від величини граничної користі, що отримує споживач.

Англійський вчений А. Пігу вперше здійснив розмежування суспільних та приватних витрат та ввів поняття «зовнішній ефект», під яким розумів результати будь-якої діяльності, що стосується третіх осіб та обґрунтував необхідність втручання держави в економічну діяльність для зменшення «негативних

ефектів» та стимулювання діяльності, в результаті якої виникають «позитивні ефекти».

Критично оцінював погляди А. Пігу, щодо необхідності втручання держави в економічні процеси, та вбачав необхідність у розширенні схеми мікроекономічного аналізу позитивними трансакційними витратами, які трактував як витрати користування ринковими механізмами.

Англійський вчений Чемберлен вперше зазначив, що витрати підприємства не закінчуються витратами на виробництво товару, та обґрунтував необхідність виділення витрат на збут.

Новий погляд на економічні процеси започаткував британський науковець Д. Кейнс. Він запропонував досліджувати економіку в цілому за допомогою зведених економічних величин, зосередивши увагу на сукупному попиті. Витрати виробництва на одиницю продукції визначають як співвідношення загальних витрат на використані фактори виробництва до обсягу продукції [5, с. 263].

Вагомий внесок у дослідження витрат виробництва зробив німецький вчений Е. Шмаленбах. Йому належить поділ витрат на постійні та змінні.

Вчений К.Р. Макконнелл розглядав економічні витрати з позиції окремого підприємства, а саме, економічні витрати – це виплати, які фірма повинна зробити, або ті доходи, які фірма повинна забезпечити постачальнику ресурсів для того, щоб відволікти ці ресурси від використання в альтернативних виробництвах [6, с. 162].

Лаконічне і неординарне визначення витрат подав Д. Мідлтон. На його думку витрати – це те, що потрібно віддати, щоб одержати бажане. [7, с. 177].

Ч. Хорнгер і ДЖ. Фостер витратами вважають спожиті ресурси або гроші, які необхідно заплатити за товар і послуги [8, с. 21].

Сучасна економічна теорія, представниками якої є Л. Брю, Едвін Дж. Долан і Дейвід Е. Лінсей, значно поглибила і конкретизувала аналіз витрат виробництва. При з'ясуванні сутності витрат виробництва вони виходять з обмеженості ресурсів і можливості їх альтернативного використання. Під витратами виробництва розуміють економічні витрати, які включають усі платежі власникам ресурсів [2, с. 154].

Розгляд поглядів вчених різних історичних періодів дає змогу дійти висновку, що понятті «витрати» є одним із фундаментальних в економічній науці. Його сутність та зміст постійно уточнюється та доповнюється.

Аналіз історичного розвитку витрат є невід'ємною ланкою в дослідженні даної тематики та дозволяє використовувати надбання минулих поколінь для повного розуміння поняття «витрат» як економічної категорії та дає змогу ефективного управління ними.

Отже, розглянувши існуючі підходи до визначення витрат у різні часові періоди можна зробити висновок, що витрати – це матеріали, трудові, фінансові та інші види ресурсів, виражені в грошовій формі, що необхідні для здійснення господарської діяльності протягом певного періоду.

Список літератури: 1. Трухан О.А. Розвиток теорії витрат: еволюція і сучасні тенденції / О.А. Трухан // Вісник ЖДТУ. – 2003. – № 4. – С. 380-388. 2. Сорока С. Сутність витрат: історичний аспект / С. Сорока // Економічний аналіз. – 2010. – №6 – С.152-154. 3. Островерх О. Еволюція поняття витрат в економічній науці / О. Островерх // Вісник Львівського університету ім. І. Франка: [зб. наук. пр. / редкол.: С. М. Панчишин (голов. ред.) та ін.]. – 2008. – Вип. 40 – С. 393-397. 4. Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятия: [пер. с нем. А.Г. Портнева] / Шмален Г. – М.: 1996. – 512 с. 5. Панчишин Степан. Макроекономіка: Навч. Посібник. – К.: Либідь, - 20011. – 616 с. 6. Скрипник С.І. Сутність витрат як економічної категорії / М.І. Скрипник // Вісник ЖДТУ: економічні науки. – 2009. – №4. – С. 159-166. 7. Мідлтон Д., Бухгалтерський облік і прийняття управлінських рішень [Текст] / Д. Мідлтон. – М.: Аудит. – 1997. – 401 с. 8. Хорнгер Ч.Г. Бухгалтерский учет: управленческий аспект [Текст] / Ч.Г. Хорнгер, Фостер Дж. – М.: Финансы и статистика. – 1995. – 415 с.

СЕКЦІЯ 3 - ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ В ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Т.М. ЗЕЛЕНЧУК, магістрант, м.Харків, НТУ «ХПІ»

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

За умов переходу економіки України до ринкових відносин, суттєвого розширення прав підприємств у галузі фінансово-економічної діяльності зростає роль своєчасного та якісного аналізу фінансового стану підприємства. Основним засобом отримання конкурентних переваг є пошук шляхів підвищення ефективності власної діяльності та удосконалення фінансового стану.

Під фінансовим станом підприємства розуміють рівень його забезпеченості відповідним обсягом фінансових ресурсів, необхідних для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного здійснення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями. Він залежить від результатів виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності [1].

Особливого значення набуває своєчасна та об'єктивна оцінка фінансового стану підприємств. Необхідно оцінити тенденції найбільш загальних показників, які з різних сторін характеризують фінансовий стан підприємства. Методику розрахунку даних показників пропонують багато авторів, яка зводиться до розрахунку декількох груп показників [2]:

1) показники оцінки майнового стану: дають змогу визначити, наскільки ефективно використовується майно підприємства;

2) показники оцінки ділової активності: характеризують спроможність підприємства ефективно використовувати свої ресурси;

3) показники оцінки ліквідності і платоспроможності: характеризують спроможність підприємства виконувати свої зобов'язання за рахунок власних активів;

4) показники оцінки фінансової стійкості підприємства: характеризують ефективність формування та використання

грошових ресурсів, необхідних для нормальної господарської діяльності;

5) показники оцінки прибутковості діяльності: характеризують ефективність діяльності підприємства.

Всі ці показники фінансового стану підприємства перебувають у взаємозв'язку та взаємозумовленості. Тому підприємствам необхідно систематично, детально і в динаміці аналізувати фінансовий стан підприємства, і в залежності від того який показник змінився, приймати відповідні рішення.

Основними напрямками управління на рівні господарюючого суб'єкта вважаються постійний моніторинг фінансово-економічного стану підприємства, розробка управлінської, фінансової й маркетингової стратегій, скорочення постійних і змінних витрат, підвищення продуктивності праці, залучення коштів засновників, посилення мотивації персоналу [3].

Першим і головним етапом у покращенні фінансового стану підприємства є пошук оптимального співвідношення власного і позикового капіталу, яке забезпечує рентабельність власного капіталу.

Удосконалення фінансового стану підприємства можливе за рахунок збільшення вхідних та зменшення вихідних грошових потоків.

Основним заходом покращення фінансового стану є збільшення виручки від реалізації шляхом збільшення об'ємів випуску продукції. Передусім на фінансовому стані підприємства позитивно позначаються безперебійний випуск і реалізація високоякісної продукції.

Зниження собівартості продукції дозволить підприємству бути конкурентоспроможним на ринку збуту, що можливе за рахунок впровадження нової техніки, технологій, більш раціонального використання ресурсів.

На нашу думку своєчасна та об'єктивна оцінка фінансового стану підприємства має ключове значення, а вищезазначені напрямки дозволяють зробити певні висновки щодо поліпшення фінансового стану підприємства та формування його фінансової стратегії.

Список літератури: 1. **Поддєрьогін А.М.** Фінанси підприємств – посібник: Київ, КНЕУ–2005–с. 247. 2. **Меє В.О.** Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства : навч. посібн.–К. : Вища школа, 2005. – с. 121. 3. **Терещенко О.О.** Антикризове фінансове управління на підприємстві–К.: КНЕУ, 2006. – с.106.

А.О. ГРИСЕНКО, студент-бакалавр, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АУДИТУ ПІДПРИЄМСТВ

Зміцнення позицій аудиту в Україні, його наближення до міжнародних стандартів вимагає активного використання інноваційних технологій організації аудиту на основі використання комп'ютерної техніки (норматив аудиту №30 (рішення Аудиторської палати України 18.12.1998 р. № 73). Комп'ютер дає змогу не лише скоротити час і витрати при проведенні аудиту, а й провести більш детальну перевірку і скласти якісний аудиторський висновок з рекомендаціями зі стратегії.

Отже, важливі зміни в аудиті повинні торкнутися технології ведення аудиторських перевірок, насамперед на основі застосування комп'ютерних програм при проведенні аудиту фінансової звітності підприємств. Саме тому дана тема є досить *актуальною* на сьогоднішній день.

Теоретичні аспекти проблем комп'ютеризації аудиту досліджували такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як М.Т. Білуха, Ф.Ф. Бутинець, В.П. Завгородній, О.В. Оліфіров, С.В. Івахненко, Б.Е. Одінцов, В.І. Подольський, А.Н. Романов, Г.В. Федорова, В.П. Суйц, Е.А. Аренс, Дж.К. Лоббек, Р. Адамс, Дж. Робертсон та ін. [2, 8] Українські дослідники визначили теоретико-методичні підходи, що застосовують аудитори під час комп'ютеризації, сформулювали основні вимоги щодо автоматизації аудиту на основі вітчизняних, а також міжнародних стандартів. Аналіз результатів досліджень показав, що поглибленого вивчення потребує сфера використання комп'ютерної техніки в аудиті, оскільки науковці оцінюють її по-різному: деякі автори вважають її необхідною у випадках здійснення складних економіко-математичних розрахунків в аудиторському контролі; інші вчені вказують, що програму комп'ютерного аудиту можна використовувати як додатковий спосіб аудиторського тестування.

У світовій практиці аудиту питанням застосування інформаційних технологій приділяють значну увагу. Про це свідчить, наприклад, постійне оновлення (з інтервалом в 1-2 роки) фактично всіх Міжнародних стандартів аудиту, в яких найбільших змін зазнають саме стандарт і положення про Міжнародну аудиторську практику, що стосуються

комп'ютеризації аудиту. В Україні ринок аудиторського програмного забезпечення тільки починає розвиватися. Він досить різноманітний і неоднорідний, що є результатом впливу трьох основних факторів: нестійке нормативно-правове середовище, постійно зростаючі вимоги до споживачів, кон'юктурний світогляд більшості розробників. Серед аудиторського програмного забезпечення (завершенні програмні продукти для продажу) можна назвати лише п'ять зарубіжних продуктів, які є на ринку України, а саме: «Асистент Аудитора» (розробник фірма «Сервіс-аудит»), «Помощник аудитора» (фірма «Гольдберг-аудит»), «Abacus Professional», «ЭкспрессАудит: ПРОФ» та «IT Audit: Аудитор» (КСБ «Мастер-Софт»). Але зараз з'явилась перша українська аудиторська програма «Івахненко & Катеньов Аудит», в якій представлені фактично невідомі українським фахівцям комп'ютеризовані методи аудиту (СААТs), які вже тривалий час з успіхом використовуються фахівцями розвинутих країн.[6]

Різні варіанти використання комп'ютера в аудиті відомі як «Методи аудиту за сприяння комп'ютера (МАСК)». До них належать: програмне забезпечення і тестові дані. Програмне забезпечення може складатись із пакета програм, програм спеціального призначення і програм-утилітів. [5] При цьому комп'ютерні технології сьогодні можна використовувати на всіх стадіях аудиту, що створює нові можливості в організації та методиці його проведення. Облікові комп'ютерні системи дозволяють аудитору працювати з комп'ютерною мережею клієнта, використовувати систематичний та вибірковий контроль даних.

На шляху впровадження використання в Україні комп'ютерної технології в аудиті існує певне коло проблем: низький рівень розвитку аудиторського ринку; наявність помилок при проведенні аудиту, викликаних бездумною комп'ютеризацією аудиту, різна галузева спеціалізація клієнтів аудиторських фірм; низький рівень комп'ютерної грамотності користувачів тощо.

Для збільшення кількості професійних розробок для аудиторських підприємств та аудиторів, на нашу думку, необхідно щоб:

- аудиторська програма будувалася на принципі гнучкості (типова програма з подальшим доопрацюванням з конкретним підприємством);
- програмні продукти були ергономічними, тобто містили засоби контролю для зручного введення великих об'ємів інформації;
- програми легко зв'язувались з іншими бухгалтерськими системами й характеризувались простотою засвоєння, швидкодією;
- застосовувались ліцензійні системи автоматизації обліку та аудиту, функціонувала спеціальна система контролю програмного забезпечення.

Таким чином, можна зробити висновок, що використання інформаційних систем є не тільки актуальним завданням і найважливішим фактором успішної роботи аудитора. Незважаючи на проблематику застосування інформаційних технологій під час проведення аудиту вітчизняними аудиторами, українські фірми повинні усвідомити, що тільки якнайшвидше освоєння програмного забезпечення аудиту дозволить їм одержати необхідні конкурентні переваги в боротьбі на вітчизняних і закордонних ринках.

Список літератури: 1. Аудит: Практ. посobie /А.Кузьминский, Н.Кужельный, Е.Петрик, В.Савченко и др.: Под ред. А.Кузьминского . – К.: Учетинформ, 1996. – 283 с. 2. **Бондар М.І.** Аудит в АПК , Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 188 с. 3. **Давыдов В.Н.** Компьютеризация бухгалтерского учета, поиски, решения. – М.: Финансы и статистика, 1993. – 253 с. 4. **Завгородний В.П.** Автоматизация бухгалтерского учета, контроля, анализа и аудита. – К.: А.С.К., 1998. – 768 с. 5. Міжнародний стандарт аудиту 401. Аудит середовищ комп'ютерних інформаційних систем. – К.: 2008. – 68 с. 6. **Івахненко С.В.** Комп'ютерний аудит: контрольні методики і технології. Наукове видання. – К.: Знання, 2005. – 286 с.

А.Д. БУЛГАКОВ, канд. екон. наук, доцент, м. Жовті Води, ОКВНЗ «Інститут підприємництва «Стратегія»

ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТУВАННЯ ОПЕРАТИВНОЇ ОРЕНДИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Первинний документ є основою організації бухгалтерського обліку. Чітке розуміння того, якими саме документами має супроводжуватися та чи інша господарська операція, допомагає правильно організувати документообіг. Не виключенням є

документування операцій з оренди основних засобів. Розглянемо порядок документального оформлення оперативної оренди об'єктів основних засобів.

Оренда основних засобів – це правовідносини, які виникають у рамках договору оренди. Договір дозволяє бухгалтерові ідентифікувати здійснювані в його рамках господарську операцію як операційну (оперативну) оренду основних засобів. Податкові і бухгалтерські уявлення про саму операційну (оперативну) оренду все ж таки трохи відрізняються. У податковому обліку в оперативній оренді можуть перебувати суто об'єкти основних засобів, а в бухгалтерському обліку – у тому числі малоцінні необоротні матеріальні активи й узагалі будь-яке майно, яке має індивідуальні ознаки та зберігає початковий вигляд при неодноразовому використанні. Окрім перевірки на приналежність господарських операцій до оперативної оренди, необхідно з'ясувати важливі для обліку положення договору оренди: вартість переданого майна; термін, на який укладено договір оренди; розмір орендної плати, порядок її нарахування та індексації; порядок обслуговування, відновлення та поліпшення орендованого майна; умови його повернення.

Водночас потрібно розуміти, що сам по собі договір оренди ще не підстава оформляти в бухгалтерському обліку проводки, а в податковому – визначати доход або витрати, податкові зобов'язання чи кредит.

Перша операція, з якої розпочинається обліковий процес – це передання об'єкта від орендаря до орендодавця. Передавання оформляється актом приймання-передачі довільної форми, який підписують обидві сторони договору – орендар та орендодавець. Повернення об'єкта з найму також оформляється актом.

Сторони договору з власної ініціативи впроваджують у документообіг додаткові форми документів. Вельми поширена практика проводити орендні розрахунки за виставленими орендодавцем рахункам. Це зручно, коли вартість оренди виводять розрахункові, або коли договором передбачено компенсацію орендодавцю якихось плаваючих витрат (спожиті орендарем комунальні послуги, індексація орендної плати). За своєю суттю такий рахунок – документ, який сигналізує про нарахування орендодавцем орендного платежу. А нарахування

орендної плати – украй важлива подія для податкового обліку. За нею орендодавець зобов'язаний визнати дохід від оренди, а орендар – витрати.

Міністерство фінансів України не визнає, що рахунок є первинним документом. Тому для надійності необхідно оформляти і підписувати акт приймання-передачі наданих орендних послуг, що підтверджує виконання договору оренди і фіксує момент нарахування орендного платежу та його розмір.

На допомогу платникам податків у цьому питанні податкова адміністрація розмістила консультацію у якій дається перелік документів для операцій з оперативної оренди: договір; акт приймання-передачі майна; акт приймання-передачі послуг; рахунок для оплати послуг.

Робимо висновок, що для підтвердження господарських операцій у рамках договору оренди достатньо оформити згадані вище документи.

Сподіваємося, що наші рекомендації допоможуть правильно окреслити коло документів щодо оренди офісу, необхідних для її відображення в бухгалтерському і податковому обліку.

А.Д. БУЛГАКОВ, канд. екон. наук, доцент, г.Желтые Воды, ОКВУЗ «Институт предпринимательства «Стратегия»

СЕБЕСТОИМОСТЬ СТРОИТЕЛЬСТВА: РЕКОМЕНДОВАННЫЙ БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

Существующие базовые нормативные документы, регламентирующие организацию бухгалтерского учета не всегда дают конкретный ответ по ведению учета на предприятиях разных отраслей экономики. Не исключением является и учет себестоимости на строительных предприятиях. Методологические принципы формирования в бухгалтерском учете информация о затратах предприятия раскрывается в Положении бухгалтерского учета 16 «Расходы» (далее - ПБУ-16). Отражения в бухгалтерском учете расходов по строительным контрактам регулируется Положением бухгалтерского учета 18 «Строительные контракты» (далее - ПБУ-18). Этот нормативный документ является для строительных организаций специальным. Поэтому нормы ПБУ-18 имеют приоритет перед общими

нормами ПБУ-16. Это особенно важно в нынешней ситуации, когда общие положения ПБУ-16 подверглись налогово-методическому вмешательству.

Приказом Министерства финансов Украины «Об утверждении изменений в некоторые положения (стандарты) бухгалтерского учета» от 18.03.11 г. №372 в ПБУ - 16 внесены изменения, позволяющие предприятиям вести учет себестоимости не в традиционном алгоритме, а по правилам налогового кодекса Украины. В соответствии с измененным ПБУ- 16 главный бухгалтер может избрать вариант учета, максимально приближенный к требованиям налогового законодательства: себестоимость определяется по «прямым расходам» без учета общепроизводственных расходов.

Таким образом, новая редакция ПБУ-16 разрешает структурировать расходы двумя способами:

- общепринятый способ – « по производственной себестоимости»
- налоговый способ – «по себестоимости по прямым затратам».

Подрядчикам Украины важно осознать, что они не имеют доступа к этой альтернативе. Поскольку в ПБУ-18 никаких изменений внесено не было, главные бухгалтера строительных компаний продолжают подчиняться прежним бухгалтерским требованиям, не позволяющим структурировать себестоимость налоговым способом. Поэтому особый интерес для бухгалтеров строительных компаний представляют методические рекомендации по формированию себестоимости строительно-монтажных работ, утвержденные приказом министерства регионального строительства, вступившее в силу больше года тому назад (далее-методические рекомендации №573).

Предлагаем бухгалтеру обратить внимание на следующие вопросы.

1. В методических рекомендациях №573 практически отсутствуют упоминания о корреспонденции бухгалтерских счетов. Седьмой раздел методических рекомендаций №573 не содержит прямых указаний на то, какие именно бухгалтерские проводки следует делать бухгалтеру. Поэтому представляется целесообразным представить комплекс бухгалтерских проводок по учету доходов и расходов строительной компании:

- формирование признанного дохода от выполненных работ Дт 361 – Кт 703;
- начисляются налоговые обязательства по НДС Дт 703 - Кт 641;
- одновременно признаются доходы по промежуточным счетам без суммы не прямых налогов Дт 238 – Кт 239;
- корректируются промежуточные счета в случае превышения суммы признанного дохода над промежуточными счетами, «сторно» Дт 361 – Кт 239;
- в случае превышения промежуточных счетов над доходами Дт 361 – Кт 239;
- формируется фактическая себестоимость работ Дт 23 – Кт 20,63,65,66;
- списуется себестоимость реализованных работ Дт 903 – Кт 23;
- после окончания контракта закрывается сальдо Дт 239 – Кт 238;

2. В методических рекомендациях №573 появилось новое приложение №4 «Перечень расходов, связанных с эксплуатацией строительных машин и механизмов», в которых определяется полный перечень таких расходов.

3. Расходы, связанные с гарантийными работами, исключены из прямых расходов. Это изменение обусловлено тем, что ПБУ - 16 такие расходы относит к составу расходов на сбыт, которые не относятся к прямым расходам, включенным в себестоимость.

4. Расходы, связанные с уплатой предприятиям штрафных санкций теперь включаются в состав прочих операционных расходов. Это соответствует обычной бухгалтерской практике. Таким образом, подрядчики избавлены от необходимости уменьшать доход на сумму штрафных санкций.

5. В пункте 4 приложения №1 «Группировка и состав расходов операционной деятельности строительной организации по элементам расходов» теперь отсутствует двадцатилетний ограничитель срока амортизации нематериальных активов.

6. Уточнено название базового термина «себестоимость строительно-монтажных работ»: эта категория теперь имеет название «производственная себестоимость строительно-монтажных работ». Кроме того в новых методических рекомендациях предлагается использовать дополнительные

критерии классификации расходов. Речь идет о разделении расходов на постоянные и переменные. Такая классификация удобная в управленческих целях, когда используется метод расчета себестоимости директ - костинг. Расходы также могут классифицироваться и по географическому признаку.

7. Новые методические рекомендации оптимизируют структуру себестоимости. В новой структуре себестоимости строительно-монтажных работ в отдельных статьях не выделены расходы на эксплуатацию строительных машин и механизмов и расходы на социальное отчисление. Эти расходы включены в статью «Прочие прямые расходы».

8. Одним из неоспоримых преимуществ методических рекомендаций №573 является решение проблемы распределения общепроизводственных расходов. Теперь нераспределенные постоянные общепроизводственные расходы включаются в состав себестоимости строительно-монтажных работ в период их возникновения. Эти расходы должны включаться в себестоимость строительных работ: Дт 23 – Кт 91.

9. Методические рекомендации №573 не настаивают на сметном ограничении калькулирования. Показатель плановой себестоимости не должен ограничиваться сметным показателям затрат.

Подводя итог краткому анализу новых строительных бухгалтерских рекомендаций можно констатировать серьёзное повышение уровня нормативной базы. Главным бухгалтерам строительных компаний будет полезным воспользоваться предлагаемыми рекомендациями.

В.Н. ВАСЬКОВ, старший викладач, м. Жовті Води, Обласний комунальний вищий навчальний заклад «Інститут підприємництва «Стратегія»

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПОСЛУГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗІ ЗБЕРІГАННЯ ЗЕРНА

Сільськогосподарські підприємства, які мають потужну матеріально-технічну базу і вільні площі зі зберігання власної готової продукції, можуть надавати послуги зі зберігання зерна.

Надання послуг зі зберігання зерна – не основний вид діяльності для господарства, але може стати доходним видом бізнесу. Невеликі сільськогосподарські підприємства не мають власних зерносклади. Тому існує необхідність надати власний погляд про цей вид діяльності та відображення цієї операції в обліку.

Якщо господарства планують надавати послуги зі зберігання зерна, продуктів його переробки потрібно пройти сертифікацію на відповідність правилам і технічним умовам у відповідній сфері. Описує й регулює цю непросту процедуру Порядок сертифікації, затверджений постановою КМУ. Процедурою сертифікації займається Державна сільськогосподарська інспекція за місцем розташування зерноскладу. Послуги із сертифікації платні й різняться залежно від місткості складу. Мінімальний розмір плати становить 1500 грн.(місткість складу до 10000 тн.), максимальний розмір – 7000 грн.(місткість складу понад 150000 тн.) [1, 5]. Це досить значні суми, тож потрібно ще на стадії планування прорахувати рентабельність такого виду діяльності. Якщо з документами проблем немає, то територіальний орган Держсільгоспінспекції із господарством укладає Договір про організацію та проведення комплексу робіт із сертифікації. Відповідна комісія перевіряє потенційного зберігача. У поле зору комісії потраплять: матеріально-технічний стан зберігача, правильність ведення кількісно-якісного обліку зерна, ведення обліку обігу складських документів на зерно [3]. Після перевірки комісія складає акт проведення сертифікації послуг. На підставі акта Держсільгоспінспекція видає сертифікат. У цілому на проведення сертифікації Держсільгоспінспекцією має піти не більше 30 днів після надходження від зберігача заяви з пакетом документів на сертифікацію. При передачі зерна на зберігання пропонуємо за основу взяти наступні нормативно-правові акти:

- Технічний регламент зернового складу, затверджений наказом Мінагрополітики України від 15.06.04 р. № 228;

- Положення про обіг складських документів на зерно, затверджене наказом Мінагрополітики України від 27.06.03 р. № 198;

- Інструкція про ведення й оформлення операцій із зерном і продуктами його переробки на хлібоприймальних та зернопереробних підприємствах, затверджене наказом Мінагрополітики України від 13.10.08 р. № 661.

Відповідні форми первинних документів теж затверджені.

Для зберігання зерна його власник має надати наступні документи:

- а) Товарно-транспортну накладну за формою № 1 с.-г. або за формою № 1-ТН з відміткою власника зерна «на зберігання»;
- б) посвідчення про якість зерна на кожну партію;
- в) свідоцтво про вміст пестицидів, токсичних елементів та мікотоксинів на кожну партію зерна;
- г) карантинний сертифікат [2].

Із 3 серпня 2012 року виданий сертифікат діє безстроково.

Контроль за якістю зерна здійснює уповноважена особа лабораторії зберігача. Визначена аналізами якість зерна правитиме за базу для заповнення картки аналізу зерна.

За результатами зважування вагар (матеріально-відповідальна особа) заносить дані до журналу зважування вантажів. Одночасно на першому примірнику товарно-транспортної накладної записується номер запису в журналі та вага брутто, яка потім передається до бухгалтерії. Бухгалтерія зберігача здійснює наступну роботу:

- а) за даними перших примірників накладних виписує Реєстр накладних за формами № ЗХС-3 для однорідних за якістю партій зерна, прийнятих за середньодобовими зразками;
- б) приймає від матеріально-відповідальних осіб звіт за формою № ЗХС-37 про рух зерна, прийнятого на зберігання;
- в) проводить звірку документів та визначає залікову вагу зерна;
- г) на підставі реєстру форми № ЗХС-3 оформляє складську квитанцію у день прийняття зерна на зберігання або складське свідоцтво не пізніше наступного робочого дня після прийняття зерна;
- д) веде Книгу кількісно-якісного обліку зерна та продуктів його переробки [4].

При надходженні зерна неоднорідної якості приймання його за середньодобовими зразками не допускається. Якість зерна визначає лабораторія за кожною партією.

Порядок повернення зерна обумовлюється окремо в договорі на його зберігання. Власник зерна має право отримати своє зерно в обмін на один із таких документів:

- оригінал складської квитанції на зерно;

- оригінали простого свідоцтва чи подвійного складського свідоцтва;

- одночасно подані оригінали відокремлених частин подвійного складського свідоцтва;

- складське свідоцтво (частина А) подвійного складського свідоцтва та оригінал документа про повну сплату суми кредиту.

Передача майна до сховища і повернення його зі схову не оподатковується ПДВ, а послуги зі зберігання є об'єктом оподаткування. Податкові зобов'язання з ПДВ виникають за загальними правилами і попадають до загальної декларації з ПДВ. Не включається в дохід зберігача майно, залучене на підставі договору схову, який не передбачає передачі права власності на зерно. Без податкових наслідків залишається операція з повернення зерна зі схову.

Зерно, яке передається на відповідальне зберігання, залишається власністю підприємства-поклажодавця. Тому сільськогосподарське підприємство-зберігач отримане на зберігання зерно відображає його на позабалансовому субрахунку 023 «Матеріальні цінності на відповідальному зберіганні».

Надані послуги зі зберігання відображаються як дохід по кредиту субрахунка 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг». Відповідно, по дебету субрахунка 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями» відображаються розрахунки з поклажодавцем за надані послуги.

Суб'єкти зберігання зерна мають проводити його декларування. Для цього їм потрібно щомісяця до 5-го числа наступного звітного місяця подавати Декларацію про обсяги зберігання зерна до Держсільгоспінспекції.

Крім того, підприємства, які займаються прийманням на зберігання зернових культур, надають статистичний звіт «Наявність і надходження зернових та олійних культур» до 4-го числа після звітного періоду (відповідно, місяця або півріччя).

Сподіваємося, що надані підходи до організації обліку операцій зі зберігання зерна інших господарств допоможуть у практичній діяльності.

Список літератури: 1. Закон України «Про сертифіковані товарні склади та прості і подвійні складські свідоцтва» від 23.12.04 р. за № 2286. 2. Положення про обіг складських документів на зерно, затверджене наказом Міністерства аграрної політики України від 27.06.03 р. № 198. 3. Технічний регламент зернового складу, затверджений наказом Міністерства аграрної політики України від 15.06.04 р. № 228 4. Інструкція про

ведення обліку й оформлення операцій із зерном і продуктами його переробки на хлібоприймальних та зернопереробних підприємствах, затверджена наказом Міністерства аграрної політики України від 13.10.08 р. № 661. **5.** Постанова КМУ «Про забезпечення сертифікації зернових складів на відповідність послуг із зберігання зерна та продуктів його переробки, запровадження складських документів на зерно» від 11.04.03 р. № 510.

СЕКЦІЯ 4 - УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

О.Т. БЕЛЯКОВА, спеціаліст, м.Харків, НТУ «ХПІ»

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Розвиток сучасної економіки важко уявити без ефективної інвестиційної діяльності. Залучення інвестицій, у тому числі іноземних, забезпечує науково-технологічний прогрес, економічне зростання, створення додаткових та збереження існуючих робочих місць, активізацію підприємницької діяльності і т.п. У той же час аналіз статистичних даних показує, що інвестиційна привабливість України досить низька. Для підвищення інвестиційної привабливості національної економіки необхідне створення сприятливого інвестиційного клімату.

Для України підвищення інвестиційної привабливості є стратегічно важливим завданням і основою для вирішення соціально-економічних проблем, що стоять перед українським суспільством. Потрібно відзначити, що Україна має величезний потенціал для залучення інвестицій. Багаті природні ресурси і сприятливі природні умови України значно цьому сприяють. Перспективними галузями для інвестування могли б стати сільськогосподарський, туристичний і енергетичний сектори.

Основними причинами, які перешкоджають залученню іноземних інвестицій, стали: низький рівень довіри до влади, інтенсивне втручання органів державної влади в сектор приватного бізнесу, тіньова економіка, відсутність чіткої стратегії економічного розвитку країни, нестабільність в області оподаткування, нестабільність політичної ситуації в країні, корупція. Хоча протягом останніх декількох років спостерігається поліпшення ситуації в секторі іноземного інвестування в економіку України, але обсяги залучених інвестицій поки, не відповідають тому рівню, якого потребує національна економіка.

Для того щоб зацікавити іноземних інвесторів у доцільності вкладень капіталу в економіку України, необхідно провести ряд соціально-економічних реформ та поліпшити інвестиційний

клімат країни. Основні напрямки покращення інвестиційного клімату включають: створення гнучкої податкової політики; стабілізацію банківської системи; стабілізацію політичної ситуації в країні; вдосконалення правової бази; вдосконалення регуляторної політики держави, зокрема скорочення кількості різних дозвільних документів та погоджень у сфері підприємництва.

Вирішення цих соціально-економічних проблем, які виступають бар'єром для інвесторів, дозволить Україні значно поліпшити інвестиційний клімат і тим самим прискорити темпи економічного зростання, підвищити ділову активність країни і поліпшити добробут населення.

Залучення іноземних інвестицій в національну економіку дозволить Україні вийти на новий рівень розвитку, а саме: залучити новітні технології, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності національного виробництва на світових ринках, забезпечити високий рівень якості продукції, знизити рівень безробіття шляхом створення додаткових робочих місць.

Іноземні інвестиції відіграють важливу роль в економічному розвитку суспільства. Незважаючи на позитивну динаміку прямих іноземних інвестицій, Україна не використовує свій потенціал повністю, тому необхідно створити сприятливий інвестиційний клімат, що сприяє припливу інвестицій. Для цього потрібне прийняття низки заходів, зокрема вдосконалення законодавчої бази, створення системи гарантій стабільності та інше. Реалізація цих заходів дозволить Україні привернути увагу іноземних інвесторів до вітчизняної економіки.

Ю.В. ГОНЧАР, магістрант, м. Харків, НТУ «ХП»

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Роль інноваційної діяльності як вирішального фактора підвищення ефективності виробництва, забезпечення стабільного економічного росту постійно зростає і в сучасних умовах для промислових підприємств є пріоритетним напрямком.

Дослідження, спрямовані на удосконалення існуючих механізмів управління інноваційною діяльністю підприємств є, безумовно, актуальними

й сприятимуть збільшенню конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств, підвищенню ефективності їх функціонування, а отже поліпшенню економічної ситуації в країні в цілому.

Для успішного управління нововведеннями необхідною умовою є формування і використання цілісного організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю, який передбачав би чітку впорядкованість його елементів, тобто суб'єктів та об'єктів управління і ефективність їх взаємодії між собою та зовнішнім середовищем.

Дії цього механізму полягають в тому, що в процесі управління керуюча система (суб'єкт управління), ґрунтуючись на об'єктивно існуючих принципах, впливає різними методами на керовану систему (об'єкт управління - інноваційну діяльність) з тим, щоб досягти виконання поставленої мети.

Указаний механізм повинен базуватися на застосуванні функцій управління інноваційною діяльністю, а саме на її плануванні, організації, мотивуванні, контролюванні та регулюванні.

На більшості сучасних підприємств, існуюча система управління впровадженням інновацій не може забезпечити їх ефективну роботу. Підприємства не розробляють стратегії розвитку виробництва на перспективу, наслідком чого є низький рівень інноваційної діяльності, високий рівень застарілих технологій та обладнання, низькі темпи освоєння нових розробок.

Така негативна тенденція обумовлена не тільки проблемами на мікрорівні, але й нестабільним соціально-економічним середовищем, відсутністю значних стимулів та державної підтримки. Недосконале нормативно-законодавче забезпечення перешкоджають залученню додаткових інвестицій, знижують темпи інноваційної діяльності підприємств. Основним джерелом фінансування інноваційних проектів залишаються власні кошти підприємства, що має скоріш негативні наслідки, ніж позитивні.

Такі недоліки в управління інноваціями на підприємствах призводять до погіршення стану обладнання, використання старих технологій і як наслідок – випуску неконкурентоспроможної продукції.

Тому необхідно удосконалювати механізм управління інноваціями. Перш за все, підприємство повинне зробити обґрунтований вибір та оцінку впроваджуваних нововведень, визначити їх ефективність.

Також, необхідним кроком є аналіз стану підприємства, тобто рівня попиту споживачів на нову продукцію, кількості і стану конкурентів, наявності достатнього обсягу ресурсів і коштів для реалізації нововведень,

величини резерву виробничих потужностей і рівня розвитку інфраструктури підприємства і т. д.

Управління інноваціями повинно передбачити взаємодію трьох рівнів – державного, регіонального, виробничого. Та створювати спеціальні підрозділи з впровадження нових виробів, які забезпечуватимуть взаємодію операційних, комерційних, маркетингових, технічних та фінансових служб підприємства.

Важливою умовою ефективного управління інноваційним процесом є забезпечення підприємства спеціалістами у сфері проектного аналізу та інноваційного менеджменту, а також удосконалення існуючої системи стимулювання працівників.

Таким чином, ефективне управління інноваційною діяльністю підприємства означає перехід на новий, досконаліший спосіб організації його діяльності, що забезпечує зростання виробничих можливостей та є показником інноваційного розвитку підприємства.

А.А. ГРИДАСОВА, магістрант, г. Харків, НТУ «ХПІ»

КЛАССИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИЙ И ИХ СПЕЦИФИКА

Для управления инновационной деятельностью необходимо тщательное изучение инноваций. Прежде всего необходимо уметь отличать инновации от несущественных видоизменений в продуктах и технологических процессах. В термин «инновация» вкладывают два понятия. Инновация - это, во-первых, новшество, т.е. новый или усовершенствованный продукт, услуга, технология, внедренные на рынке, в производственно-хозяйственной деятельности, потреблении, общественной жизни; во-вторых, это процесс осуществления изменений, внедрения новшеств.

Инновация создается в результате исследований и открытий, материализует научные и практические решения. Ее основное свойство - новизна, их факторов.

Поскольку новшествами, как правило, нельзя воспользоваться без специальных знаний, важную роль в деле их реализации играют «ноу-хау» - информация, необходимая для их практического применения (технологические и конструкторские секреты производства, конфиденциальные сведения коммерческого, управленческого и организационного

характера).

Любая инновация (новшество) имеет свой жизненный цикл, который состоит из трех основных элементов:

- периода от начала разработки до выхода на рынок (при этом новшество может устареть, а само нововведение еще не начаться);
- периода от выхода на рынок до снятия с производства;
- периода устаревания от снятия с производства до прекращения эксплуатации у потребителей.

Таким образом, полный жизненный цикл новшества имеет две основные стадии - его создания и использования. Последняя, в свою очередь, состоит из двух подстадий: производства, сбыта и послепродажного обслуживания.

Анализ сущности инноваций и различных подходов к их классификации позволил выделить следующие основные группы инноваций, различающихся по следующим признакам:

- 1) сфере приложения – научно-технические, организационно-экономические и социально-культурные;
- 2) характеру удовлетворяемых потребностей – создающие новые потребности и развивающие существующие;
- 3) предмету приложения – инновация-продукт, инновация-процесс, инновация-сервис, инновации-рынки;
- 4) степени радикальности – базисные, системные, прирастающие, псевдо-инновации;
- 5) глубине изменений – регенерирование первоначальных свойств, количественные изменения, адаптивные изменения, новый вариант, новый вид, новый род;
- 6) причинам возникновения – стратегические и реактивные (адаптивные);
- 7) масштабам распространения – применяемые в одной отрасли и применяемые во всех или многих отраслях;
- 8) роли в процессе производства – основные и дополняющие;
- 9) характеру связи с научным знанием – восходящие и нисходящие.

Существуют следующие типы инноваций:

- по глубине вносимых изменений — радикальные (базовые), улучшающие, модификационные (частные);
- по степени распространения — единичные и диффузные;
- по месту в производственном цикле — сырьевые, обеспечивающие (технологические), продуктовые;

- по охвату ожидаемой доли рынка — локальные, системные, стратегические;

- по инновационному потенциалу и степени новизны — радикальные, комбинаторные, совершенствующие.

Для успешного управления инновационной деятельностью менеджеру необходимо отличать собственно инновации от несущественных видоизменений в продуктах, технологиях, а также от реорганизаций (незначительные внешние изменения продукта без существенных изменений его потребительских свойств, изменение параметров технологического процесса без экономического эффекта, создание новых управленческих структур без разработки стратегических направлений и т. д.) .

Новизну инноваций оценивают как по технологическим параметрам, так и с рыночных позиций.

Комплексный характер инноваций, их разнообразие и многосторонность требуют серьезной разработки и обоснованной классификации.

Инновации вызывают к жизни некоторые весьма серьезные проблемы. Они ведут к досрочному моральному устареванию элементов производственной системы при сохранении их нормального физического состояния, требуют осуществления нововведений в смежных областях, что нарушает стабильность и установившееся «статус-кво».

Список используемых источников: 1. <http://innovation-management.ru> 2. Экономика и управление инновационной деятельностью: Учебник/Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И.- Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. 3. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара.-4-е изд., перераб. и доп.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010

С.М. ДАРОВСЬКИХ, магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

КОНСАЛТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК НЕОБХІДНИЙ ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Розвиток економіки будь-якої держави в наш час вимірюється здатністю до швидкого реагування на зміни як зовнішнього(світового), так і внутрішнього(національного) середовища, шляхом адаптування чи вдосконалення існуючих процесів, і, розробки, створення та поширення нововведень.

Зростання економіки може бути досягнуто лише при комплексному нововведенні заходів технічного(нові продукти, технології, енергія, конструкційні матеріали, обладнання і т.п.), організаційного(нові методи і форми), економічного(методи господарського управління наукою, виробництвом), соціального(різні форми активізації людського чинника, включаючи професійну підготовку і створення сприятливих умов праці та побуту працівників), юридичного(нові закони оподаткування та правові акти для підприємств) характеру.

Далеко не всі організації здатні самостійно розроблювати та впроваджувати інноваційні рішення для свого розвитку. Держава також не може всебічно впливати на інноваційний розвиток національної економіки. Тому існує доцільна необхідність залучення професійних організацій, метою яких буде підвищення ефективності бізнесу замовника – консалтингових компаній.

Консалтинг вирішує питання управлінської, економічної, фінансової, інвестиційної діяльності організацій, стратегічного планування, оптимізації загального функціонування компанії, ведення бізнесу, дослідження і прогнозування ринків збуту, руху цін і т.д. Іншими словами, консалтинг - це будь-яка допомога, що надається зовнішніми консультантами, вирішення тієї чи іншої проблеми.

Основна мета консалтингу полягає в поліпшенні якості керівництва, впровадження інноваційного розвитку, підвищення ефективності діяльності компанії в цілому і збільшення індивідуальної продуктивності праці кожного працівника.

Консалтингова організація за своєю суттю це специфічний учасник ринкових відносин. Його діяльність основана на пошуку проблем та резервів розвитку підприємств – замовників. В усіх, без виключно, консалтингових фірмах працюють висококваліфіковані спеціалісти з різноманітних галузей економіки. Вони ставлять перед собою задачу підвищити ефективність бізнесу замовника такими засобами: розробка плану інноваційного розвитку; залучення інвестицій/ пошук інвестора; вдосконалення організаційної структури; аналіз фінансової діяльності(затрати, собівартість, дохід, прибуток)/розробка плану фінансування; аналіз ефективності основної діяльності; відповідність кадрового забезпечення

процесу виробництва/ пошук більш відповідних для підприємства працівників; навчання та підвищення кваліфікації існуючих працівників; розробка інноваційних проектів для існуючих підприємств, та бізнес-планів для створення нових; ефективні шляхи інвестування діяльності а також цінних паперів; маркетингові плани, реклама та збуту; вдосконалення і рекомендації що до сфери управління, то що.

Замовником консалтингових послуг може виступати не тільки приватні особи, але і держава.

З вище наведеного можливо зробити висновок, що консалтингові організації допомагають суб'єктам господарської діяльності значно підвищити ефективність свого бізнесу(як традиційного, так і інноваційного), а вони, насамперед, визначають напрямок і рівень розвитку як інноваційної економіки, так і національної економіки в цілому.

О.М. ДМИТРЕНКО, аспірантка, м. Харків, НТУ «ХПІ»

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ НАУКОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ

У вищих навчальних закладах (ВНЗ) України реалізовується концепція державної наукової, науково-технічної і інноваційної політики, яка передбачає перехід від тактики збереження наукового потенціалу університетів до його ефективного використання, переходу від моделі «витратної науки» до реальної комерціалізації наукових знань та досягнень. Аналіз наукової діяльності ВНЗ дозволяє виділити важливі результативні форми реалізації наукового потенціалу ВНЗ: це створення наукових продукції, послуг, об'єднань, форумів, інновацій, шкіл та національних центрів. Всі види ресурсного забезпечення цих категорій наукової діяльності становляться об'єктами управління при операційній, тактичній і стратегічній діяльності університету.

Науковою продукцією вважаються результати наукової діяльності, які містять нові знання або рішення та призначені для реалізації. Серед її видів виділимо науково-технічну продукцію, технологічні процеси, продукцію інтелектуальної власності, інновації. Основними науковими послугами є

науково-технічні послуги (рецензування, авторський нагляд, експертиза, патентування, сертифікація, трансферт технологій, різні види науково-технічного консультування та інші) і послуги з підготовки кадрів вищої кваліфікації та навчання (перепідготовка, підвищення кваліфікації) персоналу споживача (замовника) наукової продукції ВНЗ. Важливою категорією наукової діяльності є створення наукових об'єднань і участь у роботі в них. В останній час яскравим проявом інтеграції університетської науки і сучасного виробництва є створення науково-виробничих об'єднань з провідними навчальними закладами та виробничими корпораціями як України, так і світу. Ними є технопарки, наукові парки, навчально-науково-виробничі комплекси. Традиційною формою наукової діяльності є особиста або колективна участь науковців ВНЗ у наукових форумах, які за статутом можна розподілити на міжнародні, національні, регіональні.

Управлінськими завданнями операційної наукової діяльності є ресурсне забезпечення освоєного кола наукових послуг і створення наукової продукції досягнутого рівня якості. На тактичному рівні ВНЗ вже повинен формувати потенціал для адаптації до ринкових вимог, досягнення короткострокових конкурентних переваг і запланованих фінансових прибутків, створення інновацій. Тому важливим завданням ВНЗ на цьому рівні управління є розвиток інноваційної наукової діяльності. Інновації розглядаються як результат інвестування інтелектуального продукту в розробку з отриманням якісно нового знання та подальшого впровадження з отриманням суттєвої додаткової цінності (прибутку, пріоритету, лідерства, якісної переваги, прогресу тощо). Ці цінності є по суті ринковими вимогами та підвищують конкурентоспроможність ВНЗ у галузі наукової діяльності. Інноваційними можуть бути наукова продукція та послуги, об'єднання та форуми, а також їх поєднання, які призводять до синергії відповідних інновацій. Тобто інновації виступають як якісно більш вища, але і більш затратна з точки зору ресурсного забезпечення, категорія наукової діяльності сучасного університету.

Ефективна багаторічна колективна наукова діяльність є підставою для створення визнаних наукових шкіл та національних наукових центрів. Наукові школи створюють, розвивають, поширюють та передають інформаційні бази

професійних знань, створюють інновації. Визнані наукові школи та/або статус національного наукового центру є найвищим проявом ефективної інноваційної наукової діяльності ВНЗ. Тому стратегічний науковий потенціал формується з метою акумулювання ресурсів і можливостей для переходу на якісно новий (найвищий) рівень наукової діяльності, який характеризується можливістю створення інтелектуальних продуктів і послуг світового визнання, участі в міжнародних наукових об'єднаннях та форумах, що є передумовою створення інновацій та наукових шкіл. Таким чином будується багаторівнева система управління інноваційною науковою діяльністю ВНЗ.

К.В. КАМЧАТНА-СТЕПАНОВА, аспірант, м. Харків НТУ «ХПІ»

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні одним з основних джерел інтенсивного розвитку українських підприємств стають не природні ресурси, а інновації - за умови їх активного і ефективного використання. Інноваційна діяльність промислового підприємства визначається його інноваційною активністю і залежить від домінуючого технологічного укладу, наявності і характеристик інноваційного потенціалу, організаційної структури, в рамках якої здійснюється інноваційна діяльність.

Будь-яке підприємство, існуюче в зовнішньому середовищі, взаємодіє з ним і адаптується до його мінливих умов. Зміни макроекономічного характеру є найбільш значущими за рівнем впливу на сучасному етапі розвитку української економіки. Одним з основних факторів, який визначає конкурентоспроможність українського промислового підприємства в умовах динамічного зовнішнього середовища, є його високий інноваційний потенціал.

У наш час надзвичайно важливо визначити потенціал інноваційного розвитку підприємства, тому необхідно окреслити суть поняття інноваційного потенціалу.

На сьогоднішній день в низці наукових публікацій зроблено спроби розкрити зміст дефініції «інноваційний потенціал», яке слід розглянути більш детально.

Поняття «потенціал» (від латинського *potenta* - сила, міць) означає «сукупність наявних засобів, можливостей у якій–небудь області»[1]. Отже воно може використовуватися і в сфері інновацій.

Тому погоджуємось з визначенням Гуніна В.Н., який трактує «інноваційний потенціал організації як міру її готовності виконувати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети, тобто міру готовності до реалізації інноваційного проекту або програми інноваційних перетворень і впровадження інновації» [2].

Інноваційний потенціал підприємства визначається охопленням тих чи інших стадій інноваційного циклу і визначає можливості якісного рівня інноваційних перетворень.

Інноваційний потенціал підприємства - це здатність суб'єкта господарювання провадити нову, наукомістку продукцію, що відповідає вимогам ринку [3]. Зниження рівня інноваційного потенціалу призводить до погіршення ринкових позицій, зниження обсягів реалізації і втрати можливостей подальшого розвитку підприємства. Формування інноваційного потенціалу залежить від того, наскільки виробнича система підприємства готова сприйняти ту чи іншу інновацію. Саме тому на сучасних підприємствах достатньою умовою активізації інноваційної діяльності підприємства є наявність високого рівня їх інноваційної сприйнятливості.

Розвиток вітчизняних підприємств на інноваційній основі є передумовою підвищення конкурентоспроможності продукції, що виробляється, сприяє збільшенню інвестиційних надходжень, вирішенню проблеми зайнятості населення, формуванню виробничої, ринкової й інвестиційної інфраструктури.

Список літератури: 1. **Азрилиян А.Н.** / Большой экономический словарь - 4-е изд., доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1999.- С.705 2. **Гунин В.Н.** Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 7.– М.: ИНФРА-М, 2000.– 272 с. 3. **Лепейко Т.І.** Інноваційний менеджмент: Навч. посіб. / Т. І. Лепейко, В. О. Коюда, С. В. Лукашов.– Х.: ІНЖЕК, 2005.– 440 с.

РОЛЬ ТА СКЛАДОВІ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний стан національної економіки свідчить про недостатність темпів її зростання, що не забезпечує подальшого економічного розвитку. Однією з причин подібних тенденцій є зменшення впливу інноваційних процесів на результативність діяльності економіки в цілому й підприємства як її окремих складових. При цьому значна увага приділяється насамперед вирішенню поточних завдань, пов'язаних із розробленням і впровадженням новацій. Головним рішенням ринкової економіки є використання підприємствами інновацій в конкурентній боротьбі. Фундаментом забезпечення ефективності реалізації інновацій на підприємстві є його інноваційний потенціал (ІП).

Поняття «інноваційний потенціал» є досить новим для сучасних умов. У найбільш широкому розумінні ним користуються в природничих науках, де він означає наявність можливостей, які можуть бути використані для досягнення поставленої мети або системи цілей.

Розглядаючи ресурси як складову інноваційного потенціалу, необхідно зазначити, що в частині використання факторів виробництва (праця, земля, капітал, підприємницькі здібності, інформація), поняття «ресурси» і «потенціал» є економічно порівняльними. Однак потенціал є набагато ширшим поняттям ніж ресурси, адже маючи у своєму розпорядженні певну кількість ресурсів, не всі підприємства в повній мірі реалізують свій потенціал, тобто ресурси доцільно вважати необхідною, але недостатньою умовою реалізації потенціалу.

Іншим необхідним елементом інноваційного потенціалу повинні бути методи ефективного управління підприємством для реалізації своєї місії, а також системи цілей тактичного і стратегічного характеру. Однак наявність лише цього компонента не достатньо, оскільки необхідно мати не лише інструмент впливу, але й ресурси.

Традиційно потенціал підприємства включає фінансовий, виробничо-технологічний, економічний, науково-технічний і кадровий потенціал, які з ІП утворюють діалектичну єдність, що створює передумови для подальшого економічного розвитку.

Частіше за все існуючий потенціал використовується не повністю. Причиною може бути нестача якогось часткового елемента – обладнання, кадрів, сировини, енергії тощо.

Реалізований ІП – частка або увесь існуючий його потенціал, що вже використовується на момент оцінки.

Нереалізований – не використовується на момент оцінки за внутрішніми або зовнішніми причинами й існування якого доцільне лише як тимчасове становище або резерв.

Резерв – частка нереалізованого ІП підприємства, яка існує, але не використовується за рішенням власника залежно від зовнішніх та внутрішніх умов.

Надлишок нереалізованого потенціалу – частка ІП підприємства, яка не може бути використана за тимчасово або постійно існуючих умов, і не є спеціально створеним резервом.

Потенціал розвитку – властивість носія піддаватися змінам, які забезпечать посилення існуючих, або появу нових властивостей.

Таким чином, ІП – це його спроможність як носія штучного походження забезпечити очікувану суб'єктом оцінки норму прибутку шляхом впровадження інновацій в різноманітні сфери діяльності (виробничу, управлінську, фінансову тощо) в існуючій системі зовнішніх обмежень.

ІП є внутрішньою характеристикою носія (підприємства) та не існує окремо носія. ІП підприємства поділяється на існуючий та потенціал розвитку. В свою чергу в межах існуючого потенціалу виділяють реалізований та нереалізований (резерв, надлишок).

А.О. МАРЮХНИЧ, магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ В ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

Світові тенденції глобалізації, швидкого технічного та технологічного підйому виробництва, зростання темпів розвитку національних ринків і, як наслідок, посилення конкурентної боротьби ставлять високі вимоги до діяльності господарських суб'єктів. Адже тільки інноваційний менеджмент з властивим йому функціональним апаратом в змозі передбачити і зумовити

майбутнє, саме він на даний час є одним з найважливіших елементів конкурентної боротьби, а інноваційно-інвестиційна стратегія є основним його інструментом, тому саме управлінню інноваційно-інвестиційними процесами необхідно приділяти значну увагу підприємствам, які господарюють в ринкових умовах.

Дослідження літератури та електронних джерел згідно з порушеною проблемою свідчить про швидко зростаючий інтерес до неї як з боку практиків, так і теоретиків. Як свідчить практика, це питання є актуальним, бо навіть на перший погляд, вимальовується його не тільки теоретична, але й прикладна значущість.

Як форма цільового управління інноваційною діяльністю інноваційний проект являє собою складну систему взаємообумовлених і взаємопов'язаних за ресурсами, термінами і виконавцями заходів, спрямованих на досягнення конкретних цілей (завдань) на пріоритетних напрямках розвитку науки і техніки. Як процес здійснення інновацій - це сукупність виконуваних у визначеній послідовності наукових, технологічних, виробничих, організаційних, фінансових і комерційних заходів, що приводить до інновацій. У той же час інноваційний проект - це комплекс технічної, організаційно - планової і розрахунково-фінансової документації, необхідної для реалізації цілей проекту. Найбільш повно і комплексно суть інноваційного проекту виявляється в його першому аспекті.[1,стор.11]

Необхідно зазначити, що інноваційні проекти можуть формуватися як у складі науково - технічних програм, реалізуючи завдання окремих напрямків (завдань, розділів) програми, так і самотійно, вирішуючи конкретну проблему на пріоритетних напрямках розвитку науки і техніки. З погляду характеру цілей проект може бути кінцевим, тобто відбивати мету вирішення інноваційної проблеми (завдання) в цілому, чи проміжним, пов'язаним з досягненням проміжних результатів вирішення складних проблем. За видом потреб, що задовольняються, проект може бути орієнтований на існуючі потреби чи на створення нових. Класифікація інноваційних проектів за типом інновацій допускає розподіл їх на:

- введення радикально нового чи удосконаленого продукту;
- введення нового чи удосконаленого методу виробництва;

- створення нового ринку;
- освоєння нового джерела постачання сировини чи напівфабрикатів;

- реорганізація структури управління;

Обов'язково слід звернути увагу на те, що інноваційний проект, розглянути й як процес, охоплює такі етапи [2,стор.67]:

Працюючи у цьому напрямі, ми зосередити увагу на етапах розробки інноваційного проекту. У процесі розробки концепції інноваційного проекту можна виділити такі етапи:

- формування інноваційної ідеї і постановка мети проекту;
- маркетингові дослідження ідеї проекту та його структуризація;
- аналіз ринку і невизначеності;
- вибір варіанта реалізації проекту [3,стор.189].

Література: 1. **Василенко В.О., Шматько В.Г.** Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. За редакцією В.О. Василенко. - Київ: ЦУЛ, Фенікс, 2003. - 440 с. 2. **Гунин В. Н. и др.** Управление инновациями: модульная программа для менеджеров. — М., 1999. 3. **Федоренко В.Г.** Инвестознaвство: Підручник. — 3-тє вид., допов. — К.: МАУП, 2004. — 480 с.

Я.О. КОТЛЯР, магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному світі інноваційна діяльність виступає основою подальшого існування і розвитку промислових підприємств, а також дає можливість для підвищення конкурентних переваг. Сучасні конкурентні переваги підприємств усе більш залежать не від міри володіння капітальними ресурсами і матеріальними цінностями, а від здатності співробітників до розробки і впровадження інновацій, що призводить до розширеного залучення інвестицій в інтелектуальний капітал і є базою економічного зростання на основі науково-технічного прогресу.

Інноваційність стає невід'ємною рисою сучасного підприємства. У зв'язку з цим зростає важливість і роль управління інноваційною діяльністю, інноваційним розвитком українських підприємств.

Зростаюча роль інноваційної діяльності пред'являє нові вимоги до питань про вибір найбільш ефективних механізмів

використання і оцінки системи управління інноваційною діяльністю промислового підприємства.

Ключовими елементами системи управління інноваційною діяльністю організації є наступні: інноваційна політика, цілі і програма інноваційного розвитку; інноваційна корпоративна культура; мотивація і стимулювання персоналу; менеджер інновацій і організаційна структура; бізнес-процеси: методологія і документація; системи підтримки (спеціалізоване програмне забезпечення); управління проектами і ризиками; індикатори оцінки результативності управління.

При виборі основних елементів системи управління інноваційною діяльністю промислового підприємства і для забезпечення їх ефективного взаємозв'язку необхідно проаналізувати зовнішні чинники підприємства, оскільки це дає можливість виявити ключові проблеми, що впливають на взаємодії і забезпечити адаптацію підприємства до вимог галузевих ринків.

Система управління інноваційною діяльністю підприємства залежить від зовнішніх чинників відносно постачань ресурсів, енергії, кадрів, а також споживачів, і при побудові і використанні системи управління підприємство повинне своєчасно реагувати на зміни, виявляти визначальні ці зміни чинники, знаходити необхідні способи адаптації себе до умов ефективного функціонування.

Існують два напрями організації ефективного управління інноваційною діяльністю:

по-перше, це інтеграція усіх стадій інноваційного проекту в єдиний безперервний процес, зміна структури усіх рівнів управління і координація зв'язків між ними по вертикалі і горизонталі. Такі доцентрові тенденції виникають при необхідності консолідації ресурсів підприємства для виконання конкретного великомасштабного завдання. І, по-друге, це виділення управління інноваційними процесами в самостійний об'єкт управління, тобто відособлення інноваційних структур від підрозділів, що виконують традиційні функції.

На практиці використовуються обидва підходи з переважанням одного з них. Оптимізація організаційної структури підприємства для здійснення інноваційного процесу є одним з найважливіших завдань вищого керівництва.

Для розробки і виробництва інновації, як правило, створюють спеціальні підрозділи, що діють подібно до незалежної фірми, тобто самостійно здійснюють свою виробничу і ринкову політику до тих пір, поки динамічно ростуть об'єми продажів і прибуток. Якщо зростання сповільнюється, то проводять реорганізацію: злиття підрозділу з іншими або зміна його внутрішньої структури, в т.ч. ділення на дрібніші самостійні ланки. Якщо відразу у декількох підрозділів одночасно виникають загальні науково-технічні утруднення, то доцільне створення спеціальної ланки для їх подолання. У разі виникнення протиріччя між інтересами двох підрозділів, створюють так звану "зонтичну" групу, яка курирує обидва підрозділи одночасно. Якщо протиріччя зачіпають декілька підрозділів, то вони реорганізуються.

В результаті дослідження було виявлено, що для поліпшення системи управління інноваційною діяльністю промислового підприємства необхідно: впроваджувати системи контролю якості виробництва; сертифікацію системи управління за міжнародними стандартами; розвивати науково-технічну і інноваційну кооперацію на базі Технологічних платформ, в т.ч. співпрацю з національними і міжнародними організаціями; організовувати систематичну інноваційну роботу на підприємствах; забезпечувати нормативно-методичну підтримку підприємств у сфері управління інноваціями.

К.Г. ОЛЬХОВСЬКА, магістрант НТУ «ХПІ»

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА У НЕВИРОБНИЧІЙ СФЕРІ

В сучасних умовах розвитку невиробничої сфери в Україні можна відзначити, що усі успішні компанії досягли бажаного шляхом налагодження інноваційних стратегій. Інноваційний розвиток невиробничих підприємств дозволяє вірно зорієнтувати діяльність компанії на запити споживачів, дає можливість гнучкіше реагувати та виконувати зміни своєчасно, а також розглядаючи у довгостроковому періоді досягати конкурентних переваг.

Саме у невиробничій сфері ми можемо в короткі строки прослідкувати як інноваційний розвиток впливає на підприємство в цілому. Ми можемо зазначити, що стратегія інноваційного розвитку представляє собою один із способів досягнення цілей підприємства. Від інших інноваційна стратегія відрізняється тим, що впроваджує новизну у діяльність певної компанії або галузі в цілому. Інноваційна стратегія для невиробничої сфери ніколи не суперечить загальній стратегії. Вона ставить цілі інноваційній діяльності, засоби досягнення цих цілей та джерела залучення коштів. Інноваційна стратегія підприємства може включати декілька галузей самого підприємства. Для невиробничої сфери найчастіше – це соціальна та організаційна. При реалізації однієї стратегії потребує об'єднання декількох різновидів інновацій.

При реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємства невиробничої сфери можуть зустрітися із труднощами на різних ступенях управління. Причинами цього є:

- підвищення інвестиційних ризиків проектів
- реструктуризація і як наслідок, посилення потоку змін на підприємстві
- збільшення рівня невизначених результатів

На підприємстві невиробничої сфери для вирішення цих проблем необхідно формувати інноваційну стратегію відповідно до головної стратегії та цілей компанії, а також використовуючи або створюючи науковий або збутовий потенціал фірми. При цьому необхідно передбачати не тільки досягнення своїх ключових моментів, а й рівень економічної безпеки, в залежності від обраної стратегії. Коли компанія по наданню послуг ставить певні цілі, вона спрямовує усю діяльність персоналу та фірми в цілому.

Інноваційна діяльність завжди забезпечує розвиток будь-якого підприємства. На прикладі підприємств невиробничої сфери можна зробити висновок, що інноваційні стратегії тісно пов'язані із чисельними ризиками. Саме цей фактор впливає на рівень економічної безпеки компанії. Саме для забезпечення економічної безпеки, під час створення інноваційної стратегії поглиблено аналізують зовнішнє та внутрішнє середовища, ресурси, можливості, здібності фірми та інноваційну ситуацію.

Таким чином можна зазначити, що хоча створення, впровадження, а також реалізація інноваційної стратегії на

підприємствах невиробничої сфери є дуже ризиковим для підприємства в цілому, проте є необхідним для розвитку та набуття порівняльних переваг перед конкуруючим середовищем. Необхідно виділити також, що інноваційна стратегія на даному етапі розвитку сфери послуг в Україні є найбільш доцільним способом розвитку з метою матеріалізації отриманих результатів.

К.М. СИДОРЕНКО, магістрант, м. Харків, НТУ «ХПИ»

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ

На сьогоднішній день гостро постає проблема пошуку товаровиробниками шляхів виживання і розвитку на ринку, що пов'язано із зростанням конкуренції. Такий високий рівень конкуренції спричинений задоволенням запитів основних груп споживачів, і відповідно, підвищенням їх вимогливості до товарних пропозицій. Національний досвід розвитку економіки доводить, що ці шляхи пошуку проблеми полягають у маркетинговій ціновій політиці, реалізація якого дозволить підприємству знаходити недостатньо задоволені споживацькі запити чи формувати їх, розробляти нові шляхи вдосконалення ціноутворення, які задовольнять ці запити повніше і ефективніше, ніж конкурентні товари. Сучасні покупці стають самостійнішими, більш інформованими, що зумовлює необхідність приводити ціни у певну відповідність. У зв'язку з цим багато підприємств переходять до диференціації цін, що враховує специфічні умови постачання і продажу, а також відмінності в споживчих властивостях продукції.

Попит на товар визначає верхній рівень ціни, що може установити фірма. Складність цього питання також пов'язана з вивченням попиту й оцінкою реакції покупців на зміну цін. Адже реакція споживачів залежить від того, який зміст вкладають вони в зміні ціни. Економіка - рухлива сфера, і всякі зміни в ній певною мірою торкаються ціни. Фірма повинна вчасно від реагувати на зміни, що відбуваються. Якщо вона планує ініціативну зміну цін, то повинна також передбачати найбільш ймовірні реакції постачальників, дистриб'юторів і

державних установ. У випадку зміни цін конкурентами, фірма повинна спробувати зрозуміти його наміри і ймовірну тривалість нововведення. Як бачимо, ціновий менеджмент характеризується великою складністю. Тому важливим є дослідження та розроблення дієвих маркетингових підходів у сфері ціноутворення, досвіду розвинених країн світу та застосування цього досвіду в діяльності українських підприємств, що становитиме проблемне поле подальших досліджень. Багато дослідників цієї проблеми (і ми приєднуємося до їхньої думки) вважають, що мінімізація мікроекономічних ризиків цінової політики можлива шляхом її ефективного сполучення з іншими функціональними складовими маркетингової стратегії, такими, як: формування й підтримка іміджу підприємства, насамперед за рахунок поліпшення якісних характеристик товару, а також якісного рівня й широти діапазону надання торгових послуг, що особливо важливо для підприємств торгівлі; страхування ризиків, пов'язаних з каналами розподілу шляхом проведення ефективної закупівельної політики; розробка й реалізація гнучкої сегментарної цінової політики на основі сегментування ринку за поведінковою ознакою; формування альтернативних варіантів прямих постачань з одночасним зменшенням обсягу постачань, що припадає на одного постачальника.

Впродовж останніх років в складних економічних умовах підприємства змушені основним чином у своїй політиці ціноутворення дотримуватися основного завдання - забезпечення процесу виживання та встановлювати низькі ціни в надії на привернення уваги якомога більшої кількості споживачів. Але підприємство повинне встановлювати такі ціни, які б покривали, хоча б самі витрати, при цьому воно не повинне економити на якості продукції, але може здійснювати шляхи забезпечення альтернативними ресурсами, дешевшими за попередні. Також важливо в такій ситуації збільшувати витрати на маркетингову діяльність в цілому, оскільки таке підприємство, яке творчо застосовує маркетингові підходи, прийоми чи методи у своїй діяльності, постійно шукає нові способи адаптації до нескінченних мінливих умов, може досягти найкращих результатів серед конкурентів.

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ

В сучасних умовах для зміцнення позицій на ринку і утримання високого рівня конкурентоздатності продукції підприємству необхідно постійно впроваджувати різноманітні інноваційні проекти.

Інноваційний проект – це система взаємопов'язаних заходів, що розроблені для створення, виробництва та просування на ринок нової високотехнологічної продукції за встановлених ресурсних обмежень.

Інноваційні проекти поділяються на такі види: промислові проекти, проекти дослідження і розвитку та організаційні проекти.

Промислові проекти спрямовані на створення, випуск і продаж нових товарів, надання нових видів послуг та удосконалення технологій їх виробництва.

Проекти дослідження та розвитку зосереджуються на науково-дослідній діяльності.

Організаційні проекти націлені на реформування системи управління підприємством.

Управління інноваційними проектами – система заходів, що спрямовані на управління людськими, фінансовими та матеріальними ресурсами проекту для досягнення поставлених цілей протягом життєвого циклу проекту.

Процес управління інноваційними проектами включає багато складових: визначення цілей проекту, визначення джерел та обсягів фінансування, підбір виконавців, визначення терміну реалізації проекту, прогнозування ризиків та контроль за перебігом реалізації проекту.

Управління інноваційними проектами здійснюють учасники проекту.

Учасники проекту – суб'єкти ринкових відносин, що беруть участь в реалізації інноваційного проекту, узгоджуючи між собою види та умови співпраці та очікуваний результат від впровадження проекту.

Учасниками проекту є замовники, автори ідеї, інвестори, менеджери проекту, контрактори, органи влади, постачальники та споживачі продукції проекту.

Для успішної реалізації інноваційних проектів необхідне створення проектної команди, встановлення персональної відповідальності, чітке розуміння цілей проекту на всіх етапах його реалізації, достатнє ресурсне забезпечення та наявність системи контролю за реалізацією проекту.

Існують різні варіанти організації структури управління проектами.

Лінійно-програмна форма управління – виокремлення цільової групи, діяльність якої направлена на реалізацію інноваційного проекту.

Координаційне управління – призначення керівника проекту з особливими повноваженнями та персональною відповідальністю за реалізацію проекту.

Матрична форма управління – постійна паралельна робота над кількома інноваційними проектами.

Проектно-цільове управління – створення проектної групи на чолі з керівником, наділеним абсолютними повноваженнями щодо реалізації проекту.

Найбільшою проблемою при визначенні варіанту організаційної структури управління проектами є розподіл функцій між вищим рівнем управління і проектним менеджером.

Проект вважається завершеним після вирішення всіх завдань та виконання всіх необхідних робіт або після прийняття рішення про припинення роботи з незавершеного проекту.

Успішне завершення проекту охоплює етапи проведення експлуатаційних випробувань, здавання проекту, закриття контракту.

Успішна реалізація інноваційних проектів можлива за здійснення управління ними на всіх етапах життєвого циклу.

Г.А. ШАХАНОВА, магістрант, м. Харків, НТУ «ХПИ»

ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ

Обмеженість ресурсів і водночас, безмежність людських потреб є причинами поступового перетворення ідеї в

інноваційну розробку. Цей складний процес потребує прийняття раціональних виважених рішень. Перед підприємствами постає завдання постійного збільшення та оновлення асортименту, скорочення процесу розробки та впровадження у виробництво нової продукції. Для виконання цих завдань необхідно удосконалення системи управління інноваційною діяльністю, а саме - процес прийняття управлінських рішень, що дозволить підвищити ефективність управління підприємством за рахунок скорочення термінів підготовки управлінських рішень та їх узгодженості.

Технологія менеджменту розглядає сам процес прийняття управлінського рішення як ланцюжок трьох стадій: підготовка рішення, прийняття рішення, реалізація рішення.

Кожна з цих стадій передбачає виконання комплексу управлінських дій. Наприклад, економічний аналіз ситуації та мікро- та макрорівні, який включає пошук, збирання та обробку інформації та формування проблем, що потребують нагального вирішення, використовуються на першій стадії процесу. Розробка та оцінка альтернативних рішень та курсу дій на основі багатоваріантних розрахунків, відбір критеріїв вибору оптимального рішення та, врешті-решт, вибір та прийняття найкращого рішення — це завдання другої стадії. Проведення заходів щодо конкретизації рішення та своєчасне доведення його до виконавця, контроль за виконанням рішення, необхідні корективи та оцінка отриманого результату характеризують завершальну стадію процесу прийняття управлінського рішення.

На процес прийняття управлінських рішень впливає безліч різноманітних факторів. До найважливіших зпоміж них належать такі:

Ступінь ризику – розуміється, що завжди існує імовірність прийняття неправильного рішення, яке може несприятливо впливати на організацію.

Ступінь підтримки менеджера колективом – цей фактор враховує те, що нових менеджерів сприймають не відразу. Якщо порозуміння і підтримки інших менеджерів і підлеглих не вистачає, то проблему слід усувати за рахунок своїх особистих рис.

Особисті якості менеджера – один з найбільш важливих факторів. Незалежно від того, як менеджери приймають

рішення і відповідають за них, вони повинні мати здібності до того, щоб приймати вірні рішення.

Політика організації – у даному випадку враховується суб'єктивний фактор при прийнятті рішення. Статус, влада, престиж, легкість виконання – усе це може вплинути на прийняття того, чи іншого рішення.

Кінцевим результатом прийняття рішення є саме управлінське рішення, яке постає, як первісний, базовий елемент процесу управління, що забезпечує функціонування організації за рахунок взаємозв'язку формальних та неформальних, інтелектуальних та організаційно-практичних аспектів менеджменту.

Процес прийняття управлінського рішення спирається на значні обсяги інформації, що характеризують поширення, розвиток та економічне значення факторів конкурентного середовища. Лише в результаті своєчасного отримання та повноцінної обробки цієї інформації можна прийняти оптимальне рішення, яке забезпечить ефективну діяльність підприємства та його високу рентабельність.

Управлінські рішення спрямовані, насамперед, на розв'язання проблем та максимальне наближення до поставленої мети. Тому такі рішення повинні повністю відповідати основним вимогам, таким, як обґрунтованість, своєчасність, економічність, точність формулювань, ефективність.

А.А. КРАВЧЕНКО, студент-бакалавр, Макіївка, ДонНАБА

ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНИЙ РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ФАКТОР ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ЖКГ

Необхідність залучення малих підприємств до такої проблемної галузі як житлово-комунального господарства (ЖКГ) останнім часом стає дедалі гострішою, оскільки мале підприємництво є ефективним провідником впровадження досягнень науково-технічного прогресу у вигляді технічних інновацій.

Питаннями інноваційного розвитку житлово-комунальних підприємств останнім часом приділено значну увагу, що відображено в наукових працях таких учених як :О.І. Амоши,

В.М. Гесца, В.Н. Андриенка, С.В. Богачова, П.Т. Бубенка, В.А. Воротинцева, В.В. Дорофієнка, О.О. Лукьянченка та ін. Тим не менш, питання інноваційної активності комунальних підприємств та залучення приватних організацій до співпраці на даний момент не є вирішеним.

Вивчення необхідності впровадження інновацій в сферу житлово-комунального господарства та розробка на цій основі практичних рекомендацій щодо підвищення соціально-економічної ефективності житлово-комунального сектора економіки на засадах впровадження інноваційних методів його реформування.

Житлово-комунальне господарство, покликане забезпечувати населення, підприємства та організації необхідними житлово-комунальними послугами, а також суттєво впливає на розвиток економіки країни. Одним з шляхів виходу з глибокої кризи, в якій перебувають вітчизняні комунальні підприємства, є перехід на інноваційний шлях розвитку. Інноваційна діяльність в сфері житлово-комунального господарства, згідно Закону України «Про Загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2004-2010 роки» від 11.06.2009р. [1], переслідує такі задачі як: збереження і розвиток наукового, науково-технічного потенціалу, модернізацію науково-технічної бази та систематизацію наукової інформації; розвиток публічно-приватного партнерства у сфері будівництва та реконструкції житлового фонду і комунальної інфраструктури.

Так, інноваційна діяльність – це вид діяльності суб'єктів господарювання, спрямований на появу нових або удосконалених рішень, оформлених в інноваціях [2]. Згідно зі ст. 325 Господарського Кодексу України від 16.01.2003 №436-IV (із змінами, внесеними згідно із Законами від 07.10.2012, підстава 5203-17) [3], інноваційною діяльністю у сфері господарювання є діяльність учасників господарських відносин, що здійснюється на основі реалізації інвестицій з метою виконання довгострокових науково-технічних програм з тривалими строками окупності витрат і впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво та інші сфери суспільного життя. З огляду на вищесказане, специфіка інноваційної діяльності пов'язана з довгостроковим характером отримання результатів, підвищеним ризиком, непередбачуваністю

результатів, потенційно високими прибутками.

Інноваційний процес розглядається з різних позицій та з різним ступенем деталізації [4]. По-перше, як паралельно-послідовне здійснення науково-дослідної, науково-технічної, виробничої діяльності та маркетингу. По-друге, як етапи життєвого циклу нововведення і інновації від виникнення ідеї до її розроблення та поширення. По-третє, як процес інвестування і фінансування розроблення та поширення нового виду продукту чи послуги. Тобто інноваційний процес означає процес створення, впровадження і поширення інновацій.

У зв'язку з вищесказаним, основною сутністю інноваційної діяльності і інноваційного процесу є інновації, які можна експлікувати як зміни, оновлення, відновлення (відчувається наявність процесу), що розглядаються як джерело доходу.

Наступним етапом при становленні на інноваційний шлях є інноваційний розвиток. Згідно з С.М. Ілляшенко [5], інноваційний розвиток – це процес господарювання, що спирається на безупинні пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємства у змінних умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії та прийнятої мотивації діяльності і пов'язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту.

Для підтримки та розвитку конкурентних переваг економіки потрібна чітка державна політика і довгострокова стратегія розвитку галузі з урахуванням особливостей регіону, в якому функціонує комунальне підприємство. З метою створення сприятливих організаційних та економічних умов для розвитку комунального підприємництва в промисловому регіоні органи влади повинні стимулювати модернізацію технологій, інноваційну діяльність, освоєння підприємцями нових видів продукції та послуг. Необхідність використання інновацій, а також впровадження інноваційних форм ведення господарства є основним фактором економічного росту регіонів.

Одним із шляхів вирішення проблем є залучення приватного бізнесу. Головним напрямом реформування ЖКГ є не передача прав власності місцевими органами влади приватним фірмам, а їх взаємодія. При цьому приватний бізнес інвестує в ЖКГ кошти, управляє об'єктами комунальної інфраструктури, надає послуги ЖКГ споживачам до моменту повернення своїх інвестиційних вкладень. Місцеві органи державної влади

виступають в якості контролюючого органу впитаннях тарифного регулювання, субсидування.



Рис.1 інноваційні шляхи вирішення проблеми ЖКГ

Переваги використання механізмів державно-приватного партнерства для розвитку підприємств житлово-комунального господарства:

- зменшення ризику неефективного витрачання коштів;
- забезпечення ефективного управління об'єктами державної/комунальної власності;
- збільшення надходжень до державного та місцевих бюджетів;
- створення конкурентного середовища.

Підбиваючи підсумки, можна констатувати той факт, що на

сьогодні необхідність вироблення дієвих механізмів реформування сфери ЖКГ необхідна, адже вона безпосередньо впливає на життя населення та майбутнього країни.

Існує потреба в впровадженні інновацій, що дасть можливість створити умови для зважених дій з урахуванням потенційних ускладнень у процесі провадження реформування.

Список використаної літератури: 1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про Загально державну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2004-2010 роки» від 11.06.2009р. – Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2009р. – №47-48. – ст.720. 2. **Ілляшенко С.М.** Менеджмент та маркетинг інновацій: Монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 616 с. 3. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 №436-IV (із змінами, внесеними згідно із Законом від 07.10.2012, підстава 5203-17). – Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003. – №18-22. – ст. 48; ст. 325. 4. **Медынский В.Г.** Инновационный менеджмент: Учебник. – М: ИНФРА – М, 2002.– 295 с. 5. **Чижоева Т.В.** Залучення малого бізнесу в сферу житлово-комунальних послуг [Текст] /Т.В. Чижоева // Економіка: проблеми теорії та практики: зб.наук.праць /Дніпропетровський нац. Ун-т. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2006 .–Вип. 214.–С. 353–359.

Н.М. МИРОНЕНКО, студент, м. Вінниця, ВТЕІ КНТЕУ

І.В. ЧАЙКА, асистент кафедри, м. Вінниця, ВТЕІ КНТЕУ

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

У сучасних умовах макроекономічної нестабільності підприємцям необхідно зрозуміти, що криза економіки може підвищити інноваційну активність їхнього бізнесу. Погіршення стану підприємства породжує потужний стимул до інновацій. Незважаючи на те, що прибуток у фазі депресії малий, власники вбачають в інвестиціях в інновації менше ризику, ніж в інвестиціях у стару продукцію і технологію чи боргові зобов'язання.

Сучасні підприємства ведуть свою діяльність у надзвичайно складних умовах: зниження попиту на продукцію, високий рівень конкуренції, позики під високі відсоткові ставки. Це означає, що кожне підприємство, яке прагне залишатися стабільним, повинно стати новатором, але про творчу працю персоналу та стимулювання інноваційної діяльності керівники компаній не думають і намагаються врятувати власні прибутки за допомогою зменшення непрямих витрат. Зміни в управлінні

на більш авторитарні варіанти стали частиною нових корпоративних бізнес – правил.

Проблемі впровадження інновацій на підприємствах приділяло увагу багато вітчизняних вчених, зокрема А. Гальчинський, В. Геєць, В. Онищенко, М. Чумаченко, Л. Яременко. Вагомий внесок у розвиток даного напрямку належить закордонним вченим Я. Ван Дайну, І. Мілендорфу, С. Дорогунцову, А. Казанцеву, Б. Санто.

Дослідження наукових праць України виявили, що наряду з відсутністю активних державних програм підтримки та фінансування інноваційних проектів, дефіцитом власних оборотних коштів у підприємств, впровадження нововведень потребує значно більших витрат, ніж прогнозувалось при прийнятті рішення про інновації.

Потенційно ефективні нововведення не впроваджуються зовсім, або впроваджуються зі значною затримкою у часі, у зв'язку з помилковою оцінкою строків упровадження, з не налаштованою організацією інноваційних процесів [3, с. 116].

Для ефективного розвитку та впровадження інновацій, на підприємствах України, необхідно вирішити наступні проблеми:

1. Удосконалення податкового законодавства та механізмів його застосування, з метою виникнення належних умов для розвитку високотехнологічних напрямків.

2. Формування ефективного законодавства для масштабного розвитку та опанування прогресивних технологій.

3. Розробка та реалізація програм інноваційного розвитку регіонів з високою концентрацією науково – технічного потенціалу.

4. Забезпечення виходу інноваційного продукту на внутрішній та зовнішній ринки країни, заміщення імпоротної продукції на внутрішньому ринку.

5. Сприяння охороні та захисту права інтелектуальної власності в країні.

6. Розвиток міжнародного та міжрегіонального співробітництва у сфері інноваційної діяльності та інтелектуальної власності.

7. Залучення інвестицій в інноваційну діяльність країни.

За різноманітними дослідженнями лідерами в Україні по запровадженню інноваційних технологій станом на 2010 рік стали такі регіони: місто Київ (29,0% інноваційно-активних

підприємств), Івано – Франківська область (27,9%), Чернігівська область (17,4%), а також Чернівецька, Вінницька, Тернопільська, Кіровоградська області.

Рівень інноваційного забезпечення розвитку економіки пов'язаний із необхідністю пошуку нових методичних підходів, що дають змогу оцінювати найефективніший напрям наукових досліджень, технологій, відновлення виробничого потенціалу і випуску нової продукції відповідно до вимог ринку. Для того щоб домогтися суттєвих інноваційних зрушень в економіці, треба до цього процесу залучити інтелектуальний і вольовий потенціал нації [1, с. 104].

Тому до основних шляхів вирішення проблем впровадження інновацій на підприємствах України належать:

- залучення зовнішніх джерел фінансування, зокрема іноземних інвесторів;
- використання доходів від продажу патентів, ліцензій та інших прав на об'єкти інноваційної діяльності;
- формування (участь у) регіональних інноваційних кластерів;
- сприяння підготовці, перепідготовці та підвищенню кваліфікації кадрів у сфері наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності;
- участь працівників у ярмарках, конференціях, тощо, які стосуються діяльності підприємства;
- інформаційно-аналітичне забезпечення інноваційної діяльності з боку держави;
- популяризація інноваційної продукції серед цільової аудиторії через рекламу, засоби масової інформації тощо [2, с. 132].

Таким чином, для створення дієвого інноваційного механізму, необхідно майже з нуля побудувати інноваційну інфраструктуру – систему інститутів, які дозволять новаторським ідеям швидко проходити шлях від наукової лабораторії до тієї стадії, коли їх можна використовувати в технологічних процесах, працюючих на ринку компаній.

Тоді національні компанії зможуть опановувати нові технології в масовій кількості, підвищувати свою конкурентоспроможність та мати вихід на світовий ринок з високотехнологічною продукцією, яка буде перевершувати за своїми параметрами аналоги конкурентів.

Список літератури: 1. Варфоломєєва В.О. Підвищення ефективності та оптимізація управління інноваційною діяльністю в бізнесі // Актуальні проблеми економіки.-2006. – №7. – С. 100 – 106. 2. Давідов М.В. Шляхи організаційно-фінансового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах України // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №4. – С. 130 – 134. 3. Кундеева Г.А. Основные категории теории инновационного развития / Г.А. Кундеева // Прометей. – 2007. – № 3 (24). – С. 116 – 117.

Д.І. НАГАЄВСЬКИЙ, аспірант, м.Маріуполь, ДВНЗ «ПДТУ»

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах інноваційна діяльність у тій чи іншій мірі властива будь-якому виробничому підприємству та є одним з елементів економічної безпеки.

На більшості українських підприємств сьогодні виробництво організовано на основі застарілих технологій, що призводить до втрати конкурентоспроможності виробленої продукції на світових ринках. Подальше вкладання капіталів у розвиток виробництва без використання сучасних технологій не дозволить покращити економічний стан підприємств. тому необхідно проводити заміну морально застарілих технологій і продуктів.

У процесі управління інноваційною діяльністю вирішуються технічні й виробничі питання з урахуванням економічної доцільності та комерційної вигоди, впроваджуються новітні технології, освоюються нові вироби, забезпечується їх збут.

За даними Національного інституту стратегічних досліджень основними проблемами підвищення інноваційної активності промислових підприємств України є дефіцит коштів на придбання новітніх технологій, застаріле обладнання, на якому неможливо здійснювати впровадження сучасних технологій та виробництво нових видів інноваційної продукції, брак фахівців, які б мали досвід і спеціальні навички, необхідні для впровадження інновацій на виробництві та реалізації інноваційної продукції.

Також проблемою інноваційної діяльності на виробництві є відсутність механізму взаємодії між споживачем і виробником інноваційного продукту. Це викликано тим, що розробники інтелектуального продукту, як правило, є фахівцями в науково-

технологічній сфері й не "прив'язані" до конкретного виробництва.

З урахуванням викладеного, на виробництвах необхідно переходити від фінансування процесу до фінансування результату та від фінансування установ до фінансування наукових колективів на підприємстві.

Така система дозволить цілеспрямовано проводити роботи з перетворення результатів науково-технічної діяльності в діючі технології на підприємствах, що випускатимуть унікальну, конкурентоспроможну на світовому ринку продукцію.

Крім того, активна інноваційна діяльність промислових підприємств дозволить вирішити ряд проблем забезпечення економічної безпеки підприємства, пов'язаних із:

- неконкурентоспроможністю продукції;
- недоступністю ринків високотехнологічної продукції;
- погіршенням фінансових результатів від діяльності промислових підприємств у період кризисних явищ в економіці країни.

О.В. НЕЗГОВОРОВА, студент, м. Вінниця, ВТЕІ КНТЕУ

І.В. ЧАЙКА, асистент кафедри, м. Вінниця, ВТЕІ КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

В сучасних умовах інновації є найважливішим фактором ефективного функціонування організаційної, виробничої, фінансової, наукової сфер, оскільки саме в комплексі вони приносять бажаний ефективний результат. Досвід більшості країн світу доводить, що активна інноваційна діяльність визначає темпи економічного розвитку, структуру сучасного виробництва, життєвий рівень в країні та головне - визначає напрямок подальшого економічного розвитку країни [3, с. 323].

Проблемам інноваційної діяльності в Україні приділяли увагу широке коло вітчизняних вчених, зокрема О.І. Амоша, Б.М. Андрушків, Н.Б. Кирич, Ю.М. Бажал, М.П. Денисенко, Я.В. Риженко, Н.В. Краснокутська, С.Ф. Покропивний, П.С. Харів, О.М. Собко та багато інших економістів. Аналіз

наукових праць підтверджує важливість дослідження згаданої проблеми і пошук шляхів її розв'язання.

Актуальність даного питання зумовлюється станом інноваційної діяльності в Україні, який більшістю експертів-науковців визначається як кризовий і такий, що не відповідає сучасному рівню інноваційних процесів в країнах, для яких інноваційний розвиток є пріоритетним завданням економічної стратегії.

Стимування інноваційної діяльності в Україні пояснюється, насамперед, обмеженістю джерел її фінансування, що пов'язано з фінансово-економічною нестабільністю в державі та кризовим станом більшості підприємств, які змушені реалізовувати інноваційні процеси за рахунок власних коштів [1, С. 14-15].

Величезною перешкодою на шляху розвитку інноваційної діяльності в Україні є безпосередньо законодавча база. Вагомим недоліком законодавства України є нескоординованість законодавчих актів між собою та їх невідповідність економічній ситуації в країні. Шляхом до створення конкурентоспроможної економіки є активне використання наявної науково - технологічної бази у промисловості, тобто тісний зв'язок між науковими досягненнями та впровадженням створених нових технологій у виробництві.

Ще одне найгостріше питання - формування інженерно-технічних і робочих кадрів. Підготувати кваліфікованого фахівця без тісного контакту з виробництвом неможливо. У більшості діючих підприємств немає бажання й можливостей займатися адаптацією студентів до виробничих умов, усі хочуть мати готових фахівців.

Впровадження інновацій на підприємствах характеризується нерівномірністю та великими перервами. Більшість з них усвідомлює необхідність інноваційної політики, але успішному її здійсненню заважають різного роду перешкоди, зокрема фінансові [3, с. 324].

У більшості випадків інновації зазнають краху через помилки у розрахунках, плануванні та через некомпетентність осіб, які займаються впровадженням наукових розробок, але все одно інноваційний потенціал підприємства залишатиметься високим за умови правильної реалізації інноваційних можливостей.

Основними пріоритетами розвитку інноваційного потенціалу держави на майбутнє мають стати:

- створення ринку інноваційної продукції, на якому буде забезпечений належний рівень захисту інтелектуальної власності;
- держзамовлення на інноваційну продукцію;
- створення мережі малих інноваційних впроваджувальних підприємств;
- цілеспрямована підготовка кадрів, менеджерів інноваційної діяльності;
- ставлення до науки як першочергової умови цілеспрямованої і послідовної роботи з формування національної інноваційної системи;
- використання в першу чергу наукових розробок вітчизняних науковців;
- активне співробітництво органів влади як між собою, так і з підприємницькими, науковими і бізнес - освітніми секторами економіки;
- активне використання ринку в якості ефективного інструменту координації діяльності учасників інноваційного циклу «наукові дослідження-розробки-виробництво-збут-обслуговування»;
- створення умов для розвитку різноманітних форм підприємництва у сфері науки, виробництва і обороту [2, с. 23-24].

Отже, запровадження інноваційних технологій на підприємствах на сьогоднішній день відіграє надзвичайно важливе значення в економічному розвитку України, оскільки слід визнати відсутність високопродуктивної інноваційної діяльності. Інноваційна сфера не спроможна «одужати» лише за рахунок саморегулюючих механізмів. Тому пріоритетними завданнями держави повинно стати створення ефективної і адекватної вимогам сьогодення системи підтримки інноваторів, яка б давала змогу здійснювати високопродуктивну інноваційну діяльність, та впровадження відповідних адекватних державних програм, спрямованих на поліпшення інвестиційно-інноваційного клімату і підвищення ефективності інноваційної діяльності.

Список літератури: 1. Денисенко М.П. Стратегічна місія інноваційної діяльності та шляхи її активізації в Україні / М.П. Денисенко, Я.В. Риженко // Проблеми науки. –

2007. – № 6. – С. 14-16. **2. Кирич Н.Б.** Інноваційна діяльність підприємств та організацій як метод стабілізації економіки регіонів України / Андрушків Б. М., Кирич Н. Б., Погайдак О. Б. // Вісник економічної науки України. – 2009. – №1 (15). – С. 23-24. **3.** Україна в 2005-2009 рр.: стратегічні оцінки суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку: [монографія] / за заг. ред. Ю. Г. Рубана. – К.: НІСД, 2009. – 655 с.

И.Р. РОМАЗАНОВА , магистрант, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ОЦЕНКИ И ОТБОРА ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

На современном этапе развития экономики инновации являются одним из основных инструментов достижения конкурентных преимуществ предприятия. Внедрение этих инноваций происходит посредством применения концепции управления проектами. На сегодняшний день управление проектами признано во всех странах методологией инновационной деятельности.

Все изменения и нововведения в сферах управления, производства, маркетинга, техники и технологий реализуются в комплексной программе, состоящей из отдельных инновационных проектов. При этом в силу сложившейся экономической ситуации в стране, руководство предприятия должно тщательно относиться к отбору проектов с целью достижения положительного эффекта от их реализации, т.е. необходимо выбрать из них наиболее целесообразные, соответствующие новой стратегии, обеспечивающие минимум затрат и максимальный эффект, проекты.

Инновационный проект, эффективный для одного предприятия, может оказаться неэффективным для другого в силу объективных и субъективных причин, таких, как территориальная расположенность предприятия, уровень компетентности персонала, состояние основных фондов и т. п. Поскольку на каждом конкретном предприятии существуют свои факторы, оказывающие влияние на эффективность инновационных проектов, то универсальной системы оценки проектов нет, что является одной из проблем управления на предприятии. Так при составлении перечня критериев необходимо использовать лишь те из них, которые вытекают

непосредственно из целей, стратегии и задач организации, её ориентации, долгосрочных планов.

Выделим основные критерии отбора инвестиционных проектов:

1. Цель организации, стратегия, политика и ценности предполагает совместимость проекта с текущей стратегией организации и долгосрочным планом, соответствие проекта требованиям организации с учетом временного аспекта, влияние крупных финансовых потерь и отсрочки получения прибыли на современное состояние дел в организации и др.;

2. Научно-технические критерии указывают на патентную чистоту проекта, наличие научно - технических ресурсов, вероятность технического успеха, уникальность продукции, стоимость и время разработки и др.;

3. Финансовые критерии характеризуют наличие финансов в нужные моменты времени, размер инвестиций, стабильное поступление доходов от проекта, потенциальный годовой размер прибыли, финансовый риск и др.;

4. Производственные критерии отражают соответствие проекта имеющимся производственным мощностям, необходимость технологических нововведений для осуществления проекта и др.;

5. Внешние и экологические критерии являются правовым обеспечением проекта, возможное вредное воздействие продуктов и производственных процессов и др.

На практике существует множество методов выбора инновационных проектов, например, такие как метод внутренней нормы доходности, чистого дисконтированного дохода, срока окупаемости, индекса прибыльности.

Однако для каждого предприятия необходимо выбирать такую систему критериев и методов оценки проекта, которая будет наиболее адаптирована к особенностям предприятия. Следует проводить такую оценку проекта, которая позволит выделить достоинства и недостатки проекта, цели и возможности предприятия с ожидаемым результатом проекта.

Таким образом, оценка и отбор инновационных проектов должны проводиться в соответствии со стратегиями и целями предприятия, учитывая ориентированность и ожидаемый результат от данного проекта, что впоследствии приведет к

выбору наиболее доходного, а следовательно - целесообразного для реализации проекта.

Т.Ю. СМАГИНА, магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗРОБКА ЕФЕКТИВНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ

В основі перетворень, що відбуваються в сучасній економіці, лежить стратегічна інноваційна спрямованість. Рішення даної проблеми багато в чому визначається ростом інноваційної активності промислових підприємств, що володіють величезним науково-технічним потенціалом, здатним забезпечити довгострокову, орієнтовану на різноманітні потреби ринку, стратегію розвитку.

Проте залишається ще чимало не досліджених питань у сфері інноваційного розвитку та особливо стосовно до промислових підприємств. У стратегічному аспекті має відбутися отримання результатів по вирівнюванню ресурсних можливостей підприємств різних за масштабом, формами власності, організаційно-правовою побудовою, їх інтеграції, оптимізації структури інновацій, більшої спрямованості на стратегічний інноваційний розвиток.

Ефективне просування інновацій на ринок повинне стати головним стратегічним завданням українських підприємств. Проте цей процес стримується відсутністю методичних інструментів по розробці і реалізації інноваційних стратегій підприємств, оцінці їх ефективності. Відсутність відповідної методології призводить до того, що підприємства не здатні проектувати і реалізовувати інноваційну стратегію, адекватну своєму внутрішньому стану і впливу зовнішніх чинників.

Стратегія інноваційного розвитку передбачає використання конкретної переваги об'єкта, що базується на принципово новій технології, товарі або їх комбінації. Розробка інноваційної стратегії починається з формулювання загальної мети підприємства. Після формулювання загальної мети визначаються конкретні цілі. Досяжність конкретних цілей залежить від їхньої реалістичності в економічній ситуації, що складається до моменту реалізації стратегії. Їх реалістичність

можна забезпечити на основі прогнозу економічної обстановки та змін зовнішнього середовища.

Ключове місце серед чинників, що забезпечують конкурентоспроможне економічне зростання, належить якості та інтенсивності інноваційної діяльності, результати якої часто є непередбаченими. Тому в управлінні інноваційним розвитком підприємства необхідно використовувати системний підхід, а стратегію його розвитку слід формувати на основі оптимізації її структури, цілей, властивостей за допомогою максимізації ефективності взаємодії її компонентів.

В основі аналізу інноваційного розвитку підприємства повинна лежати методологія економіко-математичного моделювання, яка дозволяє досліджувати економічні процеси шляхом створення їх моделей. Перевага використання економіко-математичних моделей полягає в можливості здобуття з їх допомогою підтверджуваних розрахунками висновків про загальні характеристики інноваційного розвитку підприємства.

Важливу роль в підтримці інноваційного розвитку повинна відігравати держава, зокрема оптимізуючи рівень податкового навантаження; забезпечуючи підприємства фінансовою підтримкою за рахунок, як державного так і місцевих бюджетів.

Отже, правильний вибір стратегії дозволить підвищити внутрішні можливості інноваційної діяльності, виявити приховані резерви розвитку організації в цілях підвищення ефективності її комерційної діяльності. Здібність до реалізації стратегії інноваційного розвитку і практичного використання інновацій стає необхідною умовою досягнення якісного економічного зростання, науково-технічного прогресу і високої конкурентоспроможності підприємства.

К.А. ТУЖИК, аспірант, м. Київ, НУБіП України

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ АПК ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС ТА УПРАВЛІННЯ НИМ

Сьогодні наша планета і світ переживають найкращі і разом з тим найгірші часи. З однієї сторони відбувається небачене досі процвітання, але з іншої сторони планета знаходиться в кризовому стані. Тому необхідність збереження і раціонального

використання всієї різноманітності природних ресурсів постала як ніколи вагомою. Саме це являється ключем майбутнього існування всього людства.

В другій половині XX століття були здійснені спроби пошуку нової моделі світового порядку, якісно нового стану глобальної системи. Результатом спільних і ціле направлених зусиль світового суспільства, що діяло на основі мандату ООН із залученням авторитетних експертів і громадськості різних країн, виступила розробка стратегії сталого розвитку (в перекладі з англійського *sustainable development*). Акцент в ній зроблений на пошук принципів влаштування суспільства з врахуванням загальнолюдської проблематики і конкретних узгоджених дій, які повинні бути направлені на їх реалізацію [1, с. 46].

На теперішній час існує безліч трактувань поняття «сталий розвиток», навколо якого точаться безперервні дискусії щодо протиріч у його значенні, але найпершим і найбільш лаконічним, на нашу думку, є визначення, що було прийнято ООН.

Сталий розвиток – це такий розвиток, який забезпечує задоволення потреб в теперішній час, але не ставить під загрозу можливість майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби [1, с. 34].

Суспільні зусилля глобального масштабу нічого не варті без погодження окремих складових світової економіки. Підприємство виступає такою складовою, від якої залежить ефективне функціонування всієї глобальної економічної системи (див. рис. 1).



Рис. 1. Місце підприємства у світовій економіці. Джерело: розробка автора

Тобто стабільність існування і динаміки розвитку економіки країни визначається тим, наскільки погоджена діяльність окремих її соціально – економічних систем, що формують структуру національної економіки [3, с. 44]. Такої збалансованості можливо досягти завдяки переходу на сталий розвиток підприємств та відповідної системи управління цим інноваційним процесом.

Отже, сталий розвиток підприємства – це розвиток, за якого задовольняються потреби нинішнього та майбутнього поколінь населення з одночасним збереженням навколишнього середовища та сприянням розквіту економіки країни загалом.

Під управлінням сталим розвитком розуміють обмежені у часі ціленаправлені дії на елементи і структуру підприємства з встановленими вимогами щодо кінцевого результату та обмеженнями на ресурси для забезпеченості його сталого розвитку [3, с.46].

Управління сталим розвитком підприємства базується на 2 основних задачах [3, с.44]:

1. Планування розвитку системи, тобто вибір сталої траєкторії досягнення цілей і відповідних кількісних і якісних характеристик потоків обміну ресурсами;

2. Задача стабілізації, тобто компенсація раптових невдовольень, які діють впливають на поточний процес обміну ресурсами із зовнішнім середовищем з метою недопущення втрати локальної сталості.

Звичайно, кожен підприємець орієнтується на прибуток, а не на забезпечення соціальних потреб, збереження природи та розвитку економіки країни. Протистояти тенденції до зниження норми прибутку можна шляхом впровадження інноваційних науково – технологічних розробок в розвиток підприємства. Однак реалізація стратегії інноваційного розвитку значною мірою залежить від інвестиційної політики, яку проводить підприємство. Відповідно інвестиційно – інноваційний механізм повинен мати комплексність, цільову спрямованість, безперервність та мати напрям на довгострокову перспективу (див. рис. 2).

Цей алгоритм показує залежність від послідовності виконання усіх етапів, які є зазначені в ньому, що впливають на інноваційний розвиток.

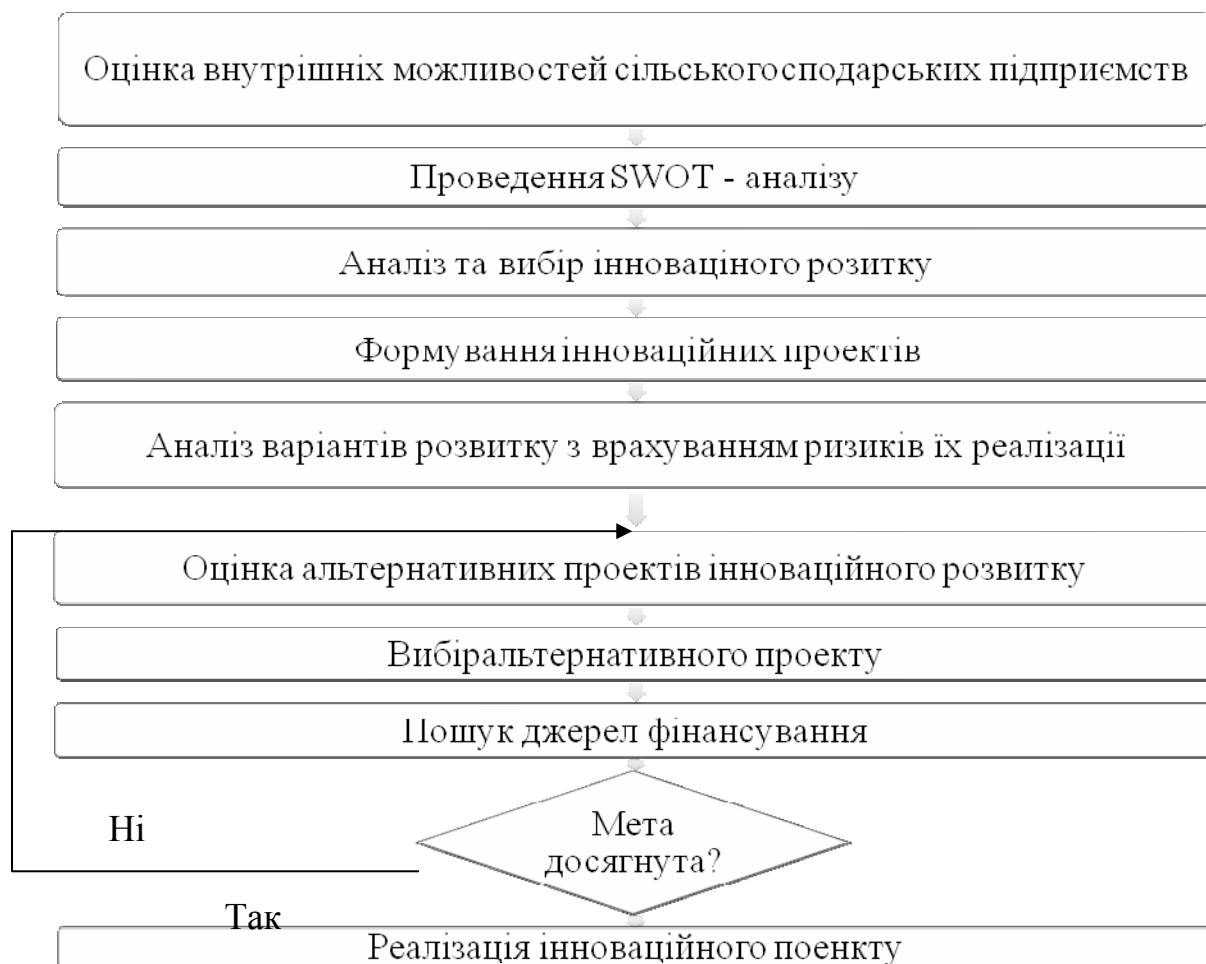


Рис. 2. Алгоритм управління інноваційним процесом підприємства Джерело: [2, с. 158]

Сталий розвиток підприємства можливий лише за умови збалансованого вирішення економічних, соціальних та екологічних задач. Така стратегія потребує не тільки корінних змін у системі управління ним, але й впровадження в розвиток підприємства інноваційних науково – технологічних розробок.

Список літератури: 1. **Большаков Б.Е., Рябкова С.А.** Приложение к учебно-методическому комплексу «Теория и методология проектирования устойчивого развития социо - природных систем». – Дубна: 2009. – 210 с. 2. **Гудзинський О.Д., Никончук В.М.** Управління активізацією діяльністю аграрних підприємств (теоретико – методологічний аспект): монографія / О.Д. Гудзинський, В.М. Никончук. – К.: Компанія ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2011. – 185 с. 3. **Петров Э.Г., Подмогильный Н.В., Соколова Н.А., Ходаков В.Е.** Управление устойчивым развитием предприятий. Монография. / Э.Г. Петров, Н.В. Подмогильный, Н.А. Соколова, В.Е. Ходаков. – Херсон: 2009. – 558 с.

С.А. ЩЕРБИНА, студент

І.В. ЧАЙКА, асистент кафедри Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Дослідження впливу інновацій на рівень конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в сучасних умовах набувають все більшої актуальності. І в першу чергу, це пов'язано з тим, що однією з основних цілей підприємства, що функціонує в умовах ринкової економіки, є не тільки забезпечення конкурентоспроможності його товарів, але й удосконалення процесів їх створення і виробництва. Така ціль досягається лише тими організаціями, які відзначаються високою інтенсивністю інноваційної діяльності, адже постійно оновлюючи бізнес — процеси, можна оперативно та з мінімальними витратами реагувати на зміни зовнішнього середовища. Звідси випливає, що інноваційна діяльність підприємства та його конкурентоспроможність є взаємообумовленими.

Питання, що стосуються конкурентоспроможності та інноваційної діяльності підприємств, знайшли своє відображення в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних економістів, зокрема у працях М. Портера, Р.А. Фатхутдінова, Ю.П. Доценка, Ю.Б. Іванова, С.В. Колесов, А.І. Федулової, В.А. Павлової, А.А. Пересади та інших.

Інновації створюють нові методи досягнення конкурентоспроможності або кращі способи конкурентної боротьби при використанні старих засобів. Можна виділити декілька головних переваг, першою серед яких, є зниження ціни - один з найефективніших чинників конкуренції, але це призводить до зниження прибутку. Щоб цього не допустити потрібно здійснити певні заходи, а саме, створення новітнього продукту, якому не має аналогів, або створити конкурентні переваги існуючого продукту, тобто модернізація. Другою, але не менш важливою, є освоєння нових сегментів ринку, що надає абсолютну перевагу перед конкурентами. Створюючи нову продукцію підприємство стає безумовним монополістом, дозволяючи призначити будь-яку ціну, обмежуючись лише тим, скільки покупець згодний заплатити за задоволення своїх

потреб. Крім того, підприємство залишається лідером деякий час, навіть коли на ньому з'являються конкуренти, за рахунок того, що люди звикли купувати продукцію цього виробника.

На даному етапі в Україні інновації у виробництві найчастіше проявляються у заміні морально застарілого обладнання більш новим. Проте цього не достатньо для забезпечення стійких конкурентних позицій на ринку в майбутньому, що пов'язано із швидким застаріванням існуючих технологій та динамічним розвитком нових у більшості галузей. Велика швидкість інноваційних процесів у світі та впровадження їх результатів у виробництво спричинює постійну появу нових видів виробництв та відмирання попередніх [2, с. 132].

При цьому, як свідчить світова практика, ефект інноваційної діяльності підприємства з точки зору його конкурентоспроможності має три складові:

1. Підвищення конкурентоспроможності товару, що створює конкурентні переваги на найближчу і середньострокову перспективу.

2. Поява нових потреб, що створює конкурентні переваги на віддалену перспективу.

3. Підвищення ефективності виробництва, яка своїм впливом трансформує конкурентоспроможність товарної маси в конкурентоспроможність підприємства.

Товар, в якому реалізовано «ноу-хау», зберігає конкурентоспроможну перевагу до тих пір, поки зберігається конфіденційність використаного в ньому «ноу-хау». Товаровиробники, зацікавлені у придбанні, для підвищення конкурентоспроможності своєї продукції, або укладають угоди з власником «ноу-хау» про можливість їх використання, або намагаються придбати конфіденційну інформацію неправомірними засобами. Таким чином, інновації є фактором конкурентоспроможності підприємства, але, як показує світовий досвід, практично будь-яке досягнення можна повторити. Так, наприклад, корейські компанії практично досягли можливостей своїх японських конкурентів у масовому виробництві стандартних кольорових телевізорів і відеомагнітофонів; бразильські компанії сформували технологічні процеси і розробили дизайн, порівнянний з конкурентноздатними італійськими фірмами, що роблять особливі види шкіряного

взуття. Виходячи з цього, досягаючи конкурентних переваг, підприємству потрібно і далі постійно здійснювати інноваційну діяльність [3, с. 335].

Вирішальним чинником у підвищенні конкурентоспроможності підприємств є сприяння інноваційним процесам шляхом реалізації регіональних програм та адресної допомоги підприємствам у пошуках шляхів більш ефективного використання власного капіталу з подальшим його вивільненням для інноваційних цілей, сприяння та забезпечення підвищення інвестиційної привабливості, та сприяння спрощення доступу до кредитних ресурсів [1, с. 104].

Таким чином, основою нового стратегічного курсу, його визначальним пріоритетом для нашої країни мають стати розроблення та реалізація програми, спрямованої на розвиток інноваційної моделі економічного зростання, утвердження України як високотехнологічної держави, що має реалізовуватися через нову стратегію промислово-інноваційної політики. Необхідно змінити пріоритети промислової політики України і перш за все здійснити переорієнтування промислового комплексу на переважний розвиток високотехнологічних галузей. Інноваційний шлях розвитку дозволить не тільки прискорити економічний розвиток держави, але й досягти необхідного рівня конкурентоспроможності продукції з метою вільного конкурування на світових ринках товарів та послуг.

Список літератури: 1. **Городецька Л.О.** Оцінка впливу інновацій на конкурентоспроможність підприємства / Городецька Л. О., Шевченко І. Г. // Економіка та держава. – 2010. – №6. – С. 103 – 105. 2. **Грозна В.В.** Підвищення конкурентоспроможності економіки України як передумова співробітництва з ЄС / В. В. Грозна // Актуальні проблеми економіки. – 2006, № 11(29). – С. 130 – 134. 3. **Колесов С.В.** Інноваційні аспекти конкурентоспроможності промислових підприємств України / Колесов С. В. – К.: Знання – Прес, 2010. – 335 с.

О.В. БОДРЫХ, магістрант, г. Харків, НТУ «ХПИ»

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Главная предпосылка, актуальность инновационной деятельности предприятия состоит в том, что все существующее стареет. Поэтому необходимо систематически отбрасывать все

то, что изнашивалось, устарело, стало тормозом на пути к прогрессу, а также учитывать ошибки, неудачи и просчеты. Для этого на предприятиях периодически необходимо проводить аттестацию продуктов, технологий и рабочих мест, анализировать рынок и каналы распределения. Практика показывает: ничто так не заставляет руководителя сосредоточиться на инновационной идее, как осознание того, что производимый продукт уже в ближайшем будущем окажется устаревшим.

Можно назвать семь источников таких идей. Внутренние источники - они возникают в рамках предприятия или отрасли: неожиданное событие (для предприятия или отрасли) - успех, неудача, внешнее событие; неконгруэнтность - несоответствие между реальностью (какова она есть на самом деле) и нашими представлениями о ней; нововведения, основанные на потребности процесса; внезапные изменения в структуре отрасли или рынка. Следующие три источника нововведений относятся к внешним, так как они имеют свое происхождение за пределами предприятия или отрасли: демографические изменения; изменения в восприятиях, настроениях и ценностных установках; новые знания (как научные, так и ненаучные).

Внедрять инновации эффективнее, имея небольшие деньги и небольшое количество людей, ограниченный риск. В противном случае почти всегда не хватает времени и средств для многочисленных доработок, в которых нуждается инновация.

Эффективная инновация должна быть нацелена на лидерство на ограниченном рынке, в своей нише. Иначе она создаст ситуацию, когда конкуренты вас опередят.

Принципы, использование которых отрицательно сказываются при создании инновационного продукта: сложность конструкции инновационного продукта - возникают проблемы при эксплуатации; неверно спланированный этап создания инновационного продукта;

Для совершенствования инновационной деятельности предприятия необходимы следующие этапы: 1) внедрение системы непрерывных улучшений; 2) совершенствование системы стимулирования и мотивации с целью поощрения инноваций (нововведений); 3) преодоление сопротивления

сотрудников инновациям (нововведениям); 4) модификация системы сбора внутренней и внешней маркетинговой информации; 5) совершенствование стратегического менеджмента на предприятии, регламентация процедур разработки, рассмотрения, утверждения, реализации и мониторинга инновационных проектов.

Предпринимательская и инновационная деятельность не обязательно должна проводиться на постоянной основе, тем более в малых предприятиях, где такая постановка дела невозможна.

Необходимо оградить инновационное подразделение от непосильных нагрузок. Вложения в разработку инноваций не должны включаться в регулярно проводимый анализ отдачи от капиталовложений до тех пор, пока новые изделия (услуги) не утвердятся на рынке.

Под направлениями инновационной деятельности понимаются инновационные проекты, направленные как на разработку, так и на освоение новых продуктов и технологий. При этом целесообразно проводить сравнительный анализ прибыльности каждого из направлений инновационной деятельности, т. е. необходимо определить вероятный прирост прибыли по каждому направлению инновационной деятельности и выбрать то, которое обеспечит наибольшие показатели.

PAQUÉ KARL-HEINZ, доктор экон.наук, профессор, декан экономического факультета Магдебургского ун-та

Т.А. КОБЕЛЕВА, канд.экон.наук, преподаватель НТУ «ХПИ», г.Харьков

ПРЕДЕЛЫ ИННОВАЦИОННОГО РОСТА СТРАНЫ И ПРЕДПРИЯТИЯ

Как следует из опроса, инновационные компании в Украине, России и Германии считают уровень поддержки со стороны государства и частных инвесторов недостаточным. Лишь 45% опрошенных руководителей считают, что частные инвесторы оказывают необходимую поддержку инновационным компаниям (56% в среднем по 22-м странам; 65% в среднем по

странам БРИК). Всего 43% согласны с тем, что государство в равной мере поддерживает инновационные проекты, реализуемые крупными компаниями и предприятиями малого и среднего бизнеса (57% в среднем по 22-м странам; 56% в среднем по странам БРИК) [1-3].

Только 28% уверены, что система государственной поддержки инноваций организована эффективно (43% в среднем по 22-м странам; 44% в среднем по странам БРИК). Только 23% готовы согласиться с тем, что государство выделяет достаточно средств на поддержку инноваций (46% в среднем по 22-м странам; 47% в среднем по странам БРИК) [1].

Качество регулятивной среды и образовательной системы также нуждается в улучшении. 72% опрошенных не удовлетворены скоростью внедрения инновационных продуктов на рынок (39% в среднем по 22-м странам; 42% в среднем по странам БРИК). 48% российских руководителей считают, что регулирование в сфере торговли препятствует более эффективной коммерциализации инноваций (33% в среднем по 22-м странам; 40% в среднем по странам БРИК). Только 37% согласны с тем, что действующая система защиты авторских прав эффективна (62% в среднем по 22-м странам; 52% в среднем по странам БРИК). Лишь 35% могут согласиться с тем, что школы и университеты обеспечивают уровень образования, необходимый для формирования инновационных лидеров будущего (59% в среднем по 22-м странам; 52% в среднем по странам БРИК) [1].

Как следствие, в сводном рейтинге удовлетворенности качеством инновационной среды индекс России составляет 48 пунктов из 100 (Украины 41), что позволяет отнести эти страны к группе стран с наименее благоприятным инновационным климатом наряду с Японией, Польшей и Францией. Для сравнения, средний уровень по 22-м странам составляет 59 пунктов из 100, самый низкий результат показала Япония (43 пункта), а в тройке лидеров — Израиль (78), ОАЭ (73) и Швеция (72) [1, 2].

Наряду с барьерами, препятствующими внедрению инноваций, результаты опроса позволяют выявить факторы, которые, по мнению российских руководителей, могли бы помочь их компаниям в более успешном внедрении инноваций. Среди трех наиболее важных факторов, которые могли бы

способствовать достижению успеха в инновационной деятельности, 64% российских руководителей отмечают наличие сотрудников, умеющих креативно мыслить и находить нестандартные решения (56% в среднем по 22-м странам; 54% в среднем по странам БРИК).

42% выделяют наличие сотрудников с более высоким уровнем технической подготовки (49% в среднем по 22-м странам; 51% в среднем по странам БРИК). 46% отмечают снижение бюрократических барьеров для доступа к бюджетному финансированию инновационной деятельности (25% в среднем по 22-м странам; 33% в среднем по странам БРИК). 29% указывают на увеличение объемов государственной поддержки инновационной деятельности (34% в среднем по 22-м странам; 37% в среднем по странам БРИК). К достаточно значимым факторам можно отнести партнерство с образовательными учреждениями и исследовательскими лабораториями при разработке продукта (25% в России; 28% в среднем по 22-м странам); доступ к привлечению частных инвестиций на долгосрочной основе (24% в России; 20% в Украине; 42 % в Германии, 29% в среднем по 22 странам).

Среди наименее значимых факторов: наличие партнеров, готовых идти на риск (15% в России; 16% в Украине, 12% в Германии, 17% в среднем по 22-м странам) а также — оказать поддержку в коммерциализации продукта (9% в России; 7% в Украине, 29% в Германии, 22% в среднем по 22-м странам); уверенность в защите авторских прав от возможных нарушений (7% в России, 5% в Украине, 49% в Германии, 16% в среднем по 22-м странам).

Литература: 1. Инновации: барьеры и факторы развития. Электронный ресурс.- Режим доступа: <http://www.opec.ru/1398790.html> 2. **Paqué Karl-Heinz** Wachstum! Die Zukunft des globalen Kapitalismus.- München, 2010.- 288 s. 3. **Pererva P.G., Kocziszki, Szakaly D., Somosi Veres M.** Technology transfer.- Kharkov-Miskolc, 2012.- 668s.

Н.А. ЯБЛОНСКАЯ-АГУ, Нигерия, Абуджа, менеджер корпорации «Стратегия и планирование» (NigComSat)

ИССЛЕДОВАНИЕ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ

Поведенные исследование позволили выявить основные источники финансирования инновационной деятельности промышленных предприятий [1-5]:

1. Государственные источники финансирования инновационных проектов в Украине и Нигерии, которые в свою очередь подразделяются на бюджетные фонды, внебюджетные фонды, а также государственные конкурсы и государственные заказы. Государственное финансирование предоставляется на безвозмездной и безвозвратной основе, в форме грантов. Их получают далеко не все желающие, т.к. надо представить более выгодный проект, посоревноваться, выиграть, а потом еще раз доказать, что эти деньги пойдут именно на инновации, в результате предприятие принесет пользу стране. Все это затрудняет получение достаточного объема государственных средств.

2. Собственные средства организаций, осуществляющих инновационную деятельность. Важными источниками формирования собственных средств предприятия являются фонд амортизационных отчислений и фонд развития производства. Фонд амортизационных отчислений часто является основным внутренним источником предприятия при приобретении нового оборудования, техники и т.п., необходимых для осуществления инновационной деятельности. А фонд развития производства, как другие фонды специального назначения, образуется за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия. Порядок формирования этого фонда, нормы отчисления самостоятельно устанавливаются предприятием.

3. Финансирование инновационной деятельности за счет средств инвесторов реализуется в форме: кредитных инвестиций; инвестиций в ценные бумаги (акций, облигаций, векселей), эмитируемые субъектами инновационной деятельности; прямых вложений в денежной форме, в виде ценных бумаг, основных фондов, промышленной и интеллектуальной собственности и прав на них, осуществляемых

на основе заключения партнерских соглашений о совместном ведении инновационной деятельности; путем использования лизинга и иных способов привлечения инвестиций.

4. Отечественные негосударственные источники финансирования. Они делятся на венчурные фонды и компании, инвестиционные организации и инвестиционные фонды. Венчурный (рисковый) капитал - это деньги, помещаемые в новое предприятие в форме долговых обязательств или обыкновенных акций. Венчурные инвестиции - это рискованный капитал, направляемый в развитие быстрорастущих фирм, возникающих в процессе реализации коммерчески перспективного предпринимательского проекта. Венчурный капитал не имеет гарантий получения дохода в виде фиксированного процента, а также в форме залога либо гарантий его возврата инвестору. Венчурный капитал, как правило, предоставляется на долговременный период - на 5-7 лет, а в современной компьютерной сфере - и при реализации краткосрочных проектов - на 1-2 года. Для современных компаний венчурное инвестирование проще и дешевле, чем выход с заимствованием на иностранные фондовые рынки, эмиссия собственных ценных бумаг, получение кредита. Основной целью инвестиционных фондов обычно является концентрация средств на приоритетных направлениях инновационной деятельности для финансовой поддержки перспективных инноваций. Как правило, инвестиционные фонды предоставляют прошедшим независимую экспертизу и конкурсный отбор инновационным проектам финансовые средства на возвратной или безвозвратной основе.

5. Иностранные инвестиции в инновационные проекты включают в себя международные венчурные фонды, международные инвестиционные организации, иностранные компании венчурного капитала, иностранные инвестиционные фонды, иностранные некоммерческие организации, иностранные бизнес-ангелы. Инвестиции *бизнес-ангелов* являются очень рискованными, это выражается в высокой доходности удачных вложений при большой доле неудач [1]: полная неудача, потеря денег - 34 %; частичные потери или выход на «точку безубыточности» - 13 %; невысокая доходность - 17 %; удовлетворительная доходность в размере 25-49 %

годовых - 13%; высокая доходность в размере 50 % годовых и выше - 23 %.

Что касается основных секторов для финансирования венчурным капиталом - это ИТ, сфера услуг, промышленное производство, розничная и оптовая торговля, финансы и страхование. Инвестиции в инновации на начальных стадиях - чрезвычайно выгодный бизнес, поэтому, бизнес-ангелов побуждает, прежде всего, значительная финансовая выгода. Вторая причина, мотивирующая инвесторов - это удовольствие, испытываемое от участия в управлении выращиваемой компанией и помощь начинающим предпринимателям. Наиболее известным примером успешных проектов бизнес-ангелов в мире являются инвестиции в компанию "Apple".

Если говорить об опыте бизнес-ангелов, то в нашей стране этот источник финансирования инноваций не так развит, как в США или в Европе. Это связано с тем, что в Украине и Нигерии не устоялось законодательство, защищающее права венчурного капитала. Например, в США основное законодательство, определяющее права и обязанности инвестора, не менялось уже более 40 лет. Все инвесторы знают, что благодаря этому риск неопределенности в этой области невысокий. В Украине и Нигерии пока этот риск велик, поэтому бизнес-ангелы не столь активны.

Литература: 1. Арнаутова А.А. Источники финансирования инноваций/А.А.Арнаутова [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.rae.ru/forum2012/238/1698> 2. Молчанова, О.П. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / О.П.Молчанова. - М.: Вита-Пресс, 2001. - 326 с. 3. Огарков С.А. Монография: Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А.Огарков, Е.С.Кузнецова, М.О.Грязнова. - М.: Академия Естествознания, 2011. - 269 с. 4. Источники финансирования инновационных предприятий, или без инвестиций нет инноваций // eConference - научные конференции. URL: <http://econference.ru/blog/conf06/182.html> (дата обращения: 27.11.2011). 5. Неформальный рынок венчурного капитала: бизнес-ангелы // Бизнес-ангелы. URL: <http://business-angels.narod.ru/> (дата обращения 27.11.2011). 6. Pererva P.G., Kocziszki, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkov-Miskolc. 2012.- 668s.

Д. КОЦИСКИ, доктор екон. наук, Мышкольцский университет, Угорщина, декан економічного факультету

А.П. КОСЕНКО, канд. екон. наук, доцент НТУ «ХПІ», Харків

Т.Н. СОКОЛЕНКО, канд. пед. наук, доцент Слав'янського пед. ун-ту

ТЕРМІНОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вирішальною умовою росту економіки нашої країни після важкої і тривалої економічної кризи в сучасних умовах стає розвиток науки і техніки. У зв'язку з цим зростає актуальність дослідження проблем, пов'язаних як із впровадженням наявних досягнень науки і техніки, так і з підвищенням ефективності використання всієї сукупності засобів і умов, що забезпечують постійне створення нової техніки, нових матеріалів, технологічних схем і інших нововведень, що визначають у кінцевому рахунку науково-технічний рівень виробництва, його інноваційний потенціал.

Поняття “потенціал” уже досить міцно увійшло в наукову термінологію й успішно використовується вченими в різних областях науки і техніки. Разом з тим, досліджуване в статті поняття “інноваційний потенціал”, незважаючи на всю його очевидність, важливість і перспективність використання, ще не знайшло належного відображення в наукових працях вітчизняних і закордонних дослідників і являє собою одну з “білих плям” у категоріальному апараті інноватики. На наш погляд, недолік у дослідженнях даної економічної категорії є наслідком ряду труднощів методологічного і прикладного характеру.

Теоретичним і організаційним проблемам управління інноваційним потенціалом промислового виробництва присвячено чимало робіт. Однак вітчизняним роботам по даній тематиці, як правило, властиві два істотних недоліки. По-перше, вони у своїй більшості відносяться до періоду планової економіки, коли система управління на всіх рівнях обслуговувала тоталітарний режим і командна система керування економікою вже давно пішла у минуле. По-друге, серед цих робіт практично відсутні комплексні дослідження, що відбивають інноваційні можливості виробничої системи (галузі, регіону або конкретного суб'єкта, що господарює). В одних роботах досить докладно описуються проблеми науково-

технічного потенціалу, в інші - ресурсного або кадрового забезпечення і т.п. Поняття інноваційного потенціалу значно ширше, включає в себе і наукові, і технічні, і ресурсні можливості.

Науковий потенціал, включаючи в себе всі галузі наукового знання, не входять цілком до складу науково-технічного потенціалу, як правило, в області окремих гуманітарних наук. Технічний потенціал, характеризуючи рівень стану суспільного виробництва і поєднуючи у своєму складі всі його елементи, також не цілком входить до складу науково-технічного потенціалу, у частині вже застосовувані техніко-технологічні засоби, що включає в себе.

Таким чином, інноваційним потенціалом виробничої системи варто вважати не тільки і не стільки її можливості по створенню новацій і здійсненню нововведень, але і готовність суспільного виробництва сприйняти ці нововведення для ефективного використання. Отже, поняття «інноваційний потенціал виробничої системи» стосовно до викладеного матеріалу, на наш погляд, треба сприймати як граничну здатність системи створювати, тиражувати і використовувати нововведення в умовах існуючого ресурсного забезпечення. У нашому розумінні інноваційний потенціал – це гранична здатність створювати нововведення, сприймати вже створені нововведення і вчасно рятуватися від застарілих.

Приведене визначення дозволяє стверджувати, що інноваційний потенціал системи формується не тільки під впливом факторів, що характеризують кількість новацій, створюваних усередині системи, але й у результаті впливу таких факторів, що відбивають: число нововведень, що надійшли через межі системи; число нововведень, поза залежністю від місця їхнього створення, переданих у сферу практичного використання; число інновацій, використовуваних споживачами в процесі їхнього функціонування. У цьому зв'язку слід зазначити, що рівень і, відповідно, потенціал інноваційності в значній мірі буде визначений присутністю наявних у науково-технічному сегменті інноваційного потенціалу нововведень (новацій), на які є ринковий попит.

Література: 1. Громека В.И. США: научно-технический потенциал М.: Мысль, 1987.- 152с. 2. Жиц Г.И. Инновационный потенциал высшей школы: параметры : Монография.- Саратов : Саратов.гос.техн.ун-т, 2001.- 180с. 3. Жиц Г.И. Методология управления формированием и эффективным использованием инновационного потенциала

економічних систем. Автореф. дисс. на соиск. уч.ст. доктора економ.наук...- Саратов : СГТУ, 2001.- 39с. **4. Ильин М.С.** Научно-технические потенциалы стран СЭВ: состояние, взаимодействие. - М.: Экономика, 1984.- 119с. **5. Ильяшенко С.Н.** та ін. Менеджмент та маркетинг інновацій.- Суми : Мрія, 2004.- 616с. **6. Каныгин Ю.М.** Научно-технический потенциал (Проблемы накопления и использования).- Новосибирск.: Наука, 1984.-154с. **7. Кокурин Д.И.** Инновационная деятельность.- М.: Экзамен, 2001.- 576 с. **8. Лапин Е.В.** Экономический потенциал предприятия: Монография.- Сумы: ИТД "Университетская книга", 2002.- 310с. **9. Лещинер Р.Е.** Научно-технический потенциал современного производства.- М.: Знание, 1988.- 33с. **10. Лузин А.Е.** Повышение восприимчивости к нововведениям // ЭКО.- 1986.- №7.- С.120-127. **11. Марушкина М.А., Тамбовцев В.А.** Уровневая модель в анализе инновационного процесса // Проблемы интенсификации и диагностики нововведений М.: ВНИИСИ, 1984.- С.30-44. **12.** Научно-технический потенциал отрасли.-М.: Экономика, 1984.- 28с. **13. Олдак П.Г.** Принципы программного подхода // Материалы научного симпозиума по проблемам долгосрочного экономического прогнозирования развития народного хозяйства Сибири и Дальнего Востока.- Новосибирск, 1990.- 76с. **14. Перерва П.Г., Гончарова Н.П., Яковлев А.И.** Маркетинг инновационного процесса: Учебное пособие К.: Вира-М, 1998.- 267 с. **15. Pererva P.G., Kocziszeki, Szakaly D., Somosi Veres M.** Technology transfer.- Kharkov-Miskolc, 2012.- 668s.

Д.Ю. КРАМСЬКОЙ, к.е.н., доцент, м.Харків, НТУ „ХПІ”
К.А. ПОНОМАРЕНКО, студент, м.Харків, НТУ „ХПІ”

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Найважливішою прерогативою держави є регулювання інноваційної діяльності. Як показує світовий досвід, що хоча ринок і є вихідною основою і кінцевою фазою інноваційного циклу, він усе-таки не може сам по собі забезпечити повноцінне системне рішення проблем інноваційного розвитку.

Форми впливу держави на економічні процеси різні і залежать від безлічі зовнішніх і внутрішніх факторів, стратегії розвитку держави і специфіки державного управління. Як показали дослідження, об'єктивні причини необхідності державного втручання наступні: інноваційні програми вимагають значного фінансування; підприємства-творці інновацій одержують лише частину загального соціально-економічного ефекту від реалізації результатів досліджень; впровадження нових технологій пов'язано з високими ризиками; фундаментальні і деякі напрямки прикладних досліджень не досить прибуткові для організацій, що орієнтуються на комерційний ефект; розробка і впровадження інновацій вимагають стабільної економічної кон'юнктури; інновації виступають основним фактором конкурентноздатності національного бізнесу на світовому ринку; деякі питання

соціальної та економічної політики дуже впливають на інноваційний розвиток країни; потреби інноваційного розвитку держави не завжди збігаються з інтересами приватних осіб.

Державна інноваційна політика створює ринкові стимули для формування національними приватними компаніями інноваційно орієнтованої стратегії.

Роль держави полягає в створенні економічних і організаційно-інституціональних умов росту інноваційної активності суб'єктів господарювання, науково-дослідних організацій, інтеграції невіддільних один одного учасників інноваційного процесу. Ставлячи перед собою задачу безперервності інноваційного процесу, держава та її інститути забезпечують конкурентний клімат інноваційного середовища, сприйнятливість суб'єктів господарювання до новинок, мобільність і гнучкість організацій-розроблювачів інновацій; забезпечення ефективності розробки інновацій на всіх етапах інноваційного циклу.

Серед основних напрямків структурно-інвестиційного маневру державного регулювання виділяють: розширення можливостей заощадження й інвестиційних нагромаджень населення на основі державного протекціонізму для збільшення попиту; фінансово-кредитна підтримка ринку інвестицій і технологій, пріоритетного розвитку науково-інноваційної діяльності; створення системи державного замовлення і кредитів у машинобудуванні і сільському господарстві; створення й удосконалення ланцюга науково-технічного циклу.

Найважливіше значення для формування національної інноваційної стратегії має досвід розвинених країн світу. Практика розвинених країн свідчить про широке використання такого інструменту державної інноваційної політики як передача технологій з державного сектора в промисловість.

Стратегічним політико-економічним курсом України є досягнення європейських соціально-економічних стандартів, тому визначальне і домінуюче значення має досвід і стратегія цього міжнародного інтеграційного угруповання в галузі інноваційної політики. Основними сучасними напрямками інноваційної політики ЄС є: поліпшення інноваційного середовища шляхом посилення інноваційної складової всіх національних політик та їхньої інтеграції; стимулювання ринкового попиту на інновації та підтримка ринків, найбільш

сприйнятливих до нововведень; стимулювання інновацій у держсекторі; посилення регіональної інноваційної політики.

Список літератури: 1. **Бойко И.В.** Национальная инновационная политика: из мирового опыта // Инновации. – 2002. – №4. – С. 28-31. 2. **Бойко И.В.** Технологические инновации и инновационная политика // Вопросы экономики. – 2003. – №2. – С. 141-144. 3. Основы инновационного менеджмента: Теория и практика: Учебное пособие / Под. ред. П.Н. Завлина и др. – М.: ОАО «НПО «Издательство «Экономика», 2000. – 475 с. 4. **Бауэр Р., Коллар Э., Тан В.** Управление инвестиционным проектом: Опыт IBM. – М.: ИНФРА-М, 1995. – 208 с.

О.І. КОЛОТЮК, асистент, м. Харків, НТУ „ХПІ”

К.А. ТАТЄВОСОВА, студентка, м. Харків, НТУ „ХПІ”

МОДЕЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

Удосконалення механізму управління інноваційними процесами в рамках держави, регіону, галузі та окремо взятого підприємства є досить актуальною темою реформування української економіки. Але, незважаючи на це, єдиного концептуального підходу в цьому питанні не існує, як не існує єдиного підходу до визначення багатьох принципово важливих понять.

Термін "інноваційна стратегія" вживається в двох значеннях. По-перше, він служить характеристикою загальнофірмової стратегії досягнення довгострокових цілей фірми. У різних випадках при цьому розуміється, що фірма для досягнення своїх цілей: а) широко використовує інновації; б) використання інновацій є переважним інструментом у досягненні цілей.

По-друге, термін "інноваційна стратегія" вживається при структуруванні загальнофірмової стратегії поряд з такими поняттями як маркетингова стратегія, виробнича стратегія, кадрова стратегія, стратегія організаційного розвитку тощо. У другому випадку інноваційна стратегія визначається як діяльність фірми по впровадженню нових технологій, устаткування і розробці нових видів продукції, тобто при вузькому тлумаченні терміну "інновація".

Інноваційна стратегія підприємства розробляється в суворій відповідності з загальною стратегією даного підприємства, містить в собі ряд загальних позицій і в процесі розробки передбачає вирішення ряду загальних задач. Важливо відзначити, що до загальних стратегій відносяться корпоративні, виробничо-господарські та функціональні стратегії підприємства.

Зв'язок між загальною стратегією підприємства і стратегією в області науково-технічного прогресу реалізується, насамперед, при впровадженні нової продукції і змінах у процесі виробництва. Стратегія в області науково-технічних нововведень здійснюється в рамках стратегії розвитку відтворювальних процесів на підприємстві нерозривно зв'язаних із усім комплексом проблем його діяльності.

Задача менеджменту підприємства повинна зводиться до того, щоб висота циклу, а відповідно і площа під кривою, були максимально можливими при даному внутрішньому і зовнішньому середовищі. Крім того, бажано зберегти сталість максимально можливих значень рентабельності. Це може бути досягнуте як максимальним розмахом циклу, але за короткий проміжок часу, так і збереженням стабільності протягом тривалого проміжку часу.

Досягнення максимальної рентабельності в більш короткий проміжок часу приводить до браку оборотних коштів, кваліфікованого персоналу, виробничих потужностей. Крім того, така політика підприємства приведе до значної техніко-технологічної й організаційної напруженості, що, у свою чергу, вимагає грамотного і дорогого менеджменту.

Стабільний розвиток протягом тривалого часу зіштовхується з ринковими обмеженнями, тобто з посиленням конкуренції, зміною попиту, зміною технологій і продукції і т.д.

З практичної точки зору для оцінки ефективності інноваційних проектів необхідно відслідковувати можливі результати і наслідки їхнього впровадження протягом усього життєвого циклу інновації.

Життєвий цикл інновації – це послідовність наступних стадій: розробка – освоєння – виробництво – збут – експлуатація – заміна – розробка'.

Таким чином, модель інноваційної стратегії розвитку підприємства – це теоретичне вираження пріоритетів,

напрямків, структур, мотивів, стратегій і механізмів, що формують інноваційну політику підприємства.

Інноваційна стратегія є результатом безупинного процесу оцінки й аналізу різних залежностей, що погоджують стратегії, економічні умови розвитку, науково-технічний потенціал підприємства, інноваційний портфель.

Необхідно відзначити, що інноваційна стратегія кожного конкретного підприємства цілком залежить від повноти циклу інноваційного процесу, тобто протікання на окремому підприємстві всіх його стадій. Повнота стадій інноваційного процесу залежить, насамперед, від двох факторів: обсягу і характеру інноваційного потенціалу підприємства і позиції підприємства на ринку.

Дослідження механізму управління інноваційними процесами на підприємстві передбачає розгляд різноманітних аспектів формування та розвитку інноваційної політики.

Держава може брати участь у формуванні підтримки використання інновацій або створювати умови для їхньої комерціалізації. У зв'язку з цим помітимо, що великі підприємства в стані зробити державі конкуренцію на цьому ринку.

У процесі обґрунтування інноваційної політики необхідно довести, що пропоновані цілі та задачі відносяться до стратегічних, спрямованих на відновлення виробництва, підвищення його ефективності, тобто є елементами інноваційної і загальної стратегії підприємства.

При формуванні довгострокової інноваційної політики вагомими є обґрунтованість її принципів, цілей і системних властивостей.

Д.Ю. КРАМСЬКОЙ, старший викладач, м.Харків, НТУ „ХПІ”
Н.А. ГАЙДАКА, студентка, м.Харків, НТУ „ХПІ”

ФОРМУВАННЯ ТА МОНІТОРИНГ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційна політика є фундаментом побудови загальної стратегії підприємства та основою наступної розробки

функціональної стратегії, маркетингової та фінансової політики компанії.

Інноваційна політика визначає, як управляти інноваціями, яким чином сполучати комерційну вигоду з виробництвом фундаментальних досліджень, як розподіляти ресурси між окремими видами діяльності, як скорочувати цикли розробки й впровадження продуктів.

Формування ІПП починається з визначення керівництвом підприємства її цілей, правил визначення пріоритетності інноваційних проектів. Цілі та вироблення інноваційної політики – винятково важливе завдання, оскільки саме на цьому етапі визначаються пріоритетні напрямки діяльності й нові види бізнесу, які дозволяють досягти бажаних результатів.

Основна мета інноваційної політики – створення організаційних умов, які забезпечують саморозвиток компанії й ріст конкурентноздатності продукції, послуг шляхом впровадження нових технологій, корпоративної структури, ефективного використання останніх досягнень науки та техніки. Безперервний і цілеспрямований процес пошуку, підготовка й реалізація інновацій у фірмі надає останньої інноваційний характер розвитку.

Розглянемо механізм формування різних типів інноваційної політики підприємств.

Отже, інноваційна політика, спізнююча (L-політика) підприємства будується на традиційній послідовній організації робіт. У цьому випадку інноваційний процес здійснюється по черзі в різних функціональних підрозділах підприємства. Після завершення робіт у черговому підрозділі приймається рішення про доцільність продовження реалізації даного проекту, тобто здійснюється поетапний моніторинг проекту. У цьому випадку початок роботи в наступному підрозділі залежить від успішної роботи в попередньому та рішення керівництва про доцільність подальших робіт (див. рис. 1).

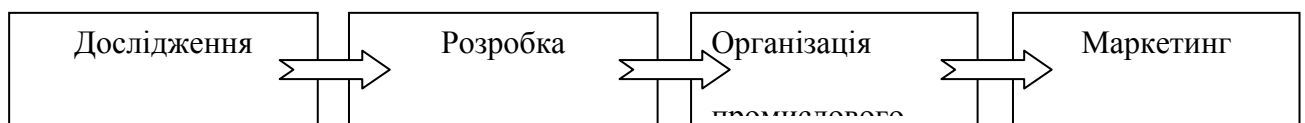


Рис. 1 Організація інноваційного процесу при L-політиці

Існує кілька переваг L-політики: 1) знижується рівень фінансового ризику, оскільки мониторинг проекту здійснюється поетапно; 2) полегшується контроль над виконанням робіт, тому що їх здійснюють співробітники одного, а не різних підрозділів; 3) знижується рівень витрат на висококваліфікований проектний менеджмент.

Недоліками такої політики є неможливість що-небудь змінити на попередніх стадіях інноваційного процесу. виправлення ж недоліків коштує дорожче із просуванням по етапах інноваційного процесу. За оцінкою фірми «Датаквест» вартість внесення однієї і тієї ж зміни в проект на кожній наступній стадії циклу проектування зростає на порядок.

F-політика або випереджальна інноваційна політика підприємства припускає, що початок роботи в черговому підрозділі підприємства не вимагає завершення попереднього етапу роботи, здійснюваного в іншому підрозділі, а допускає проведення декількох етапів одночасно. При цьому оцінюється кожний етап роботи з його закінчення й ухвалення рішення про продовження. Така політика дозволяє скоротити тривалість впровадження інновації, але значно більше ризикована, оскільки рішення приймається після того, як роботи на наступній стадії вже початі. Крім того, якщо буде ухвалене рішення про недоцільність проекту, то втрати будуть становити витрати на попередніх стадіях і на вже новій.

Принципових інших відмінностей в організації інноваційного процесу інноваційні політики типу L і типу F не мають (див. рис.2).

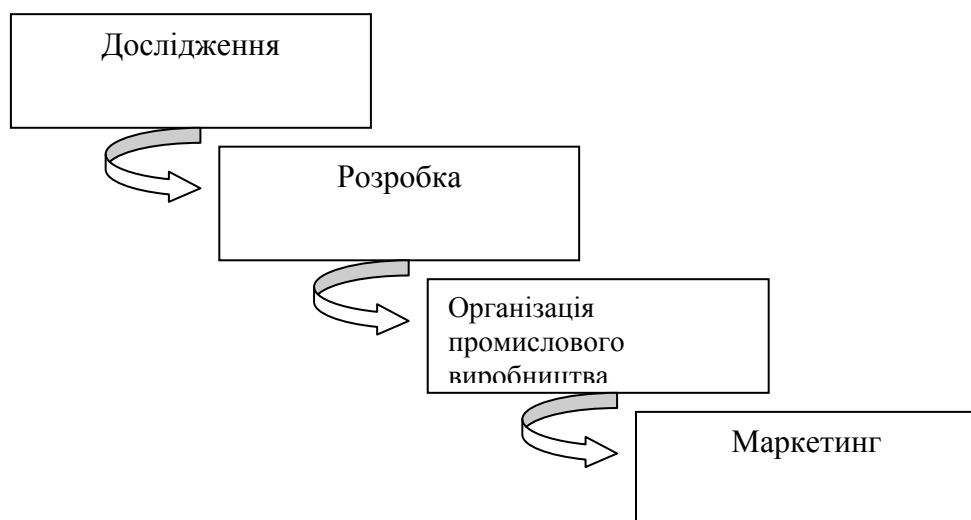


Рис. 2. Організація інноваційного процесу при F-політиці

На основі інтегральної моделі інноваційного процесу підприємство може сформувати синхронну інноваційну політику.

Для здійснення такої політики формується гнучка дивізіональна організаційна структура, створюються проектні команди, які включають фахівців з різних структурних підрозділів і здатних вирішувати проблеми від технічної розробки до організації збуту. Якщо внести зміни в проект, команда здатна в будь-який момент його розробки, то це значно скорочує фінансові витрати й час.

Таким чином, формування інноваційної політики на підприємстві представляється нам механізмом взаємодії певного постійного набору процесів, параметри якого перебувають під впливом внутрішнього й зовнішнього середовища.

Наглядно система комплексного моніторингу інноваційного процесу представлена в таблиці 1.

Таблиця 1 - Система комплексного моніторингу інноваційного процесу

Мета оцінки	Очікуваний результат	Особливості застосування оцінки
Аналіз інноваційної активності підприємства	Аналіз інноваційної інфраструктури підприємства та його здатностей до комерціалізації інновацій.	Оцінка здійснюється з урахуванням розподілу інновацій на базисні та поліпшуючі.
Оцінка інноваційного потенціалу підприємства	Оцінка сильних сторін і перспектив підприємства. Структурування інноваційного портфелю підприємства по заданих параметрах.	Оцінка відповідності інноваційного потенціалу заданим параметрам.
Конкурсний відбір проектів	Рейтинг інноваційних проектів.	Порівняльність проектів за вартісними показниками, маркетинговій стратегії, інформаційній підтримці.
Оцінка поточного стану й ризиків проекту	Оцінка ризиків проекту та рекомендації за формами і методами підтримки.	Точність позиціонування за технічними і організаційними параметрами проекту.

Оцінка інноваційного потенціалу проекту	Оцінка сильних сторін і перспектив проекту.	Вірогідність маркетингової інформації. Точне визначення параметрів структурування сукупності проектів.
Моніторинг проектів	Оцінка досягнення проміжних і кінцевих цілей проекту.	Оцінка параметрів і характеристик проекту, які змінюються в часі.
Вибір партнерів по реалізації проекту	Відбір партнерів для успішної реалізації проекту залежно від спрямованості підприємства.	Оцінка відповідності обраного партнера виконаного їм етапу інноваційного процесу.

С.М. КРАВЧЕНКО, аспірант Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України

ПРИОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ НАУКОЄМКОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

Сучасні досягнення України в міжнародному вимірі конкурентоздатності економіки, рівня розвитку і особливо ефективності функціонування національної інноваційної системи є недостатніми для забезпечення сталого розвитку вітчизняної економіки, гарантованої національної безпеки, виходу в найближчій перспективі за рахунок економічного зростання на європейські стандарти життя українських громадян. Головна проблема полягає в тому, що результативність, якість функціонування і структура креативної частини національної інноваційної системи – сектору досліджень і розробок, освіти, винахідництва – не повною мірою відповідають потенційним потребам інтенсивного розвитку економіки. З іншого боку, структурно відстала, технологічно низькоукладна вітчизняна економіка, отримана у спадок від СРСР, а також система підприємництва, що склалася під впливом нав'язаних Україні ззовні неоліберальних реформ, залишаються вкрай несприйнятними до сучасних досягнень науки та технологічних інновацій.

Для ефективного вирішення цієї проблеми необхідно

визначити вихідні позиції основних компонентів національної інноваційної системи, ступінь їх відповідності вимогам інноваційно-інвестиційної моделі розвитку, виявити слабкі сторони і перепони, що гальмують такий розвиток, а також наявні переваги і потенційні можливості щодо здійснення узгоджених системних змін [1,2**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Сучасний стан наукової сфери України обумовлено довгостроковим негативним впливом загальноекономічних проблем, пов'язаних зі структурною деформованістю економіки країни, домінуванням в ній низькотехнологічних галузей і укладів, виробництв продукції з низьким рівнем доданої вартості, які об'єктивно малосприйнятливі до сучасних наукових досягнень.

Застарілість сучасної технологічної бази науки, безвідповідальне ставлення до приведення її у відповідність до сучасних вимог фактично унеможливають проведення в Україні досліджень на світовому рівні без допомоги зарубіжних партнерів, яка часто є небезкорисною: чимало значущих досягнень українських вчених стають інтелектуальною власністю інших країн. Майже половина наукових кадрів України витрачає свій творчий потенціал здебільшого в інтересах зарубіжних замовників.

Тривалість переходу національної економіки до інноваційної моделі розвитку залежать від наявного у країні інноваційного потенціалу, зокрема: мережі наукових організацій; насиченості економіки науковими кадрами та освіченості робочої сили; обсягів фінансування наукової і науковоотехнічної діяльності; рівня інноваційної активності промислових підприємств та динаміки виробництва інноваційної продукції; наявності платоспроможного попиту на інноваційну продукцію[4**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Кількісні показники, що характеризують наукову і науковоотехнічну діяльність в Україні, є загалом порівнянними з відповідними міжнародними показниками і свідчать про наявність значного, але не досконало структурованого науковоотехнічного потенціалу.

Провідними центрами наукоємних технологій є "три кити" сучасної світової економіки - США, Японія і Західна Європа. Західна Європа в міру просування об'єднувального процесу

помітно зміцнює свої позиції і в перспективі може, принаймні, зрівнятися з США. Сукупні показники ЄЕС вже сьогодні значно випереджають японські. В останнє десятиліття помітним і в якійсь мірі знаковим явищем на світовому ринку високих технологій стало швидке просування країн Південно-Східної Азії та Китайської Народної Республіки. У виробництві обчислювальної техніки та телекомунікаційного обладнання вони вже сьогодні займають солідні позиції і стрімко нарощують свою частку світового ринку [1,2**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Пріоритетними напрямками розвитку науки і техніки на період до 2020 року в Україні є [3**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]:

- 1) фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави;
- 2) інформаційні та комунікаційні технології;
- 3) енергетика та енергоефективність;
- 4) раціональне природокористування;
- 5) науки про життя, нові технології профілактики та лікування найпоширеніших захворювань;
- 6) нові речовини і матеріали.

Отже, у відповідності до наведених пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки основними напрямками розвитку державної інвестиційної політики в цій сфері є [3**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]:

- проведення децентралізації інвестиційного процесу;
- перехід від безповоротного фінансування підприємств до кредитування їх на платній і безповоротній основі;
- посилення державного контролю за цільовим витрачанням коштів бюджету, спрямованих на інвестиції;
- збереження ролі держави як стратегічного інвестора в області найважливіших виробництв життєзабезпечення, соціальній сфері, суспільно значимих об'єктів, не привабливих для приватних інвесторів;
- використання централізованих інвестицій на реалізацію ефективних і швидко окупних об'єктів, розширення практики їх пайового фінансування;

стимулювання приватних і іноземних інвестицій, вдосконалення нормативної бази, надання гарантій і страхування інвестицій.

Таким чином, спільна співпраця держави та приватних інвесторів в галузі наукоємних виробництв сприятиме їх розвитку, що позитивно вплине на підвищення рівня її конкурентоспроможності на світовому ринку.

Література: 1. Абдулов А.Н., Кулькин А.Н. Наукомісткі технології і їх роль в сучасній економіці. // Весник РФФИ №3(29), 2002 2. Геєць В.М., Семиноженко В.П. Інноваційні перспективи України. – Харків : Константа, 2006. – 272 с. 3. Закон України «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки» N3421-IV (3421-15) від 09.02.2006, ВВР, 2006, N 22, ст.199 4. epp.eurostat.ec.europa.eu

СЕКЦІЯ 5 - ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРАВОВА ОХОРОНА ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Є.О. КАТКОВ, аспірант НТУ «ХПІ», м. Харків

М.І. ЛАРКА, професор НТУ «ХПІ», м. Харків

ОБ'ЄКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК ОДНА З ОСНОВНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Значна кількість промислових підприємств в Україні ще й досі володіють унікальними технологіями і величезною матеріально-технічною базою. У складі багатьох підприємств знаходяться науково-дослідні та проектно-конструкторські інститути та підрозділи, робота яких з успіхом може бути використана в цілях отримання додаткових доходів.

В умовах всезростаючої конкуренції як на світових, так і на внутрішніх ринках, промислові підприємства, які володіють потужною матеріальною та інтелектуальною базою, займають значно більш вигідну конкурентну позицію у порівнянні з іншими підприємствами. Звідси впливає ряд конкурентних переваг, використовуючи які можна розраховувати на завоювання значної частини ринку звичайної і нової високотехнологічної продукції як виробничого призначення, так і товарів широкого споживання. Найважливішими з них є такі:

1. Володіючи унікальними технічними і технологічними розробками, підприємство отримує контроль над певним сегментом цільового ринку, що згодом дасть можливість провести експансію нових товарів, новітніх технологій і об'єктів інтелектуальної власності і на сегменти ринків, які належать конкурентам.

2. Монопольне право на результати інтелектуальної діяльності дає також можливість контролювати конкурентів в суміжних сферах виробничо-господарської і комерційної діяльності.

3. Нові зразки техніки і новітні технології дозволяють займати нові сегменти ринків, тим самим даючи поштовх для

розвитку напрямків, які не були притаманними попередній діяльності підприємства.

4. Велике промислове підприємство з добре відомим «ім'ям» і позитивною репутацією при виникненні цінової конкуренції на ринку, має більше шансів на реалізацію своєї продукції (робіт, послуг), ніж мало кому відоме підприємство.

5. Продукція підприємства із сильною торговою маркою не потребує значних зусиль на просування та суттєвих витрат на рекламу, що саме по собі дає значну кількість переваг на сегментах ринку, які є переповненими аналогічними товарами.

6. Сильні торгові марки забезпечують ефект масштабу на виробництві й розподілі, оскільки постачальникам і дистриб'юторам значно вигідніше працювати з компаніями, що мають добре відомі торгові марки і бренди, що виражається в значному скороченні товарних запасів, підвищенні рівня завантаження виробничих потужностей, зменшенні зусиль по просуванню своєї продукції.

7. Додаткове джерело доходів також можна отримати від продажу прав на об'єкти інтелектуальної власності та передачі комплексу прав на них іншим юридичним і фізичним особам (наприклад, за договором комерційної концесії).

Все вищеперераховане дозволяє зробити висновок про те, що переваги великих промислових підприємств перед іншими гравцями ринку є беззаперечними. Але чи виляються ці переваги в перевагу конкурентну, залежить від того, наскільки ефективною є діяльність апарату управління підприємством, наскільки системним є його підхід до вибору стратегії розвитку виробничо-господарської і комерційної діяльності, а також вибору відповідних науково-дослідних, виробничих і маркетингових заходів, спрямованих на реалізацію обраної стратегії розвитку промислового підприємства.

М.А. ПИППАРИНЕН, студентка, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

ЗАЩИТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В УКРАИНЕ

Интеллектуальная собственность, как и любой другой вид собственности, часто является объектом противоправных

действий со стороны третьих лиц и соответственно нуждается в правовой защите.

Охрана прав интеллектуальной собственности это один из основных показателей развития государства. В зависимости от выбранных путей повышения эффективности законодательной базы будет зависеть надежность модели развития Украины и успешность перехода к ряду стран с рыночной экономикой.

Законодательную базу Украины по объектам интеллектуальной собственности составляет Конституция Украины, Законы Украины «Об авторском праве и смежных правах», «Про охрану прав на изобретения и полезные модели», «Об охране прав на топографии интегральных микросхем», «Об охране прав на промышленные образцы.

По результатам исследования, среди наиболее распространенных нарушений прав интеллектуальной собственности выделяются незаконное использование торговых марок (50% опрошенных компаний), незаконное использование промышленных образцов (33% компаний) и торговля контрафактными товарами (23%) [1].

Всемирная организация защиты интеллектуальной собственности отметила значительные положительные изменения в украинском законодательстве в этой сфере.

Несмотря на слабую экономику с низким и средним уровнем доходов граждан, в государстве наблюдается рост достижений в сфере инноваций.

Согласно данным ИЦИС, с 1992 по 2012 год в Украине зарегистрировано 203294 патента. На один миллион жителей приходится более 2тысяч изобретений. С таким показателем, по данным «Глобального рейтинга инноваций-2012», Украина, наряду с Китаем и Индией, оказалась в группе «новичков» [2].

Анализируя законодательную базу Украины можно предложить следующие пути решения проблем защиты интеллектуальной собственности в Украине:

- Создание современной системы информационной поддержки, которая позволила бы координировать производителей и потребителей рынка объектов интеллектуальной собственности.

- Разработка комплекса долгосрочных мероприятий по адаптации национальной патентной системы к параметрам

европейской патентной системы и европейской системы товарных знаков.

• Ужесточение ответственности за нарушение статей 176, 177, 229 Уголовного кодекса Украины («Нарушение авторского права и смежных прав», «Нарушение прав на изобретение, полезную модель, промышленный образец, топографию интегральной микросхемы, сорт растений, рационализаторское предложение», «Незаконное использование знака для товаров и услуг, фирменного наименования, квалифицированного указания происхождения товара»).

В заключении можно сказать, что на данный момент Украина, обладая огромным научным потенциалом, к сожалению, не способна его рационально применить и защитить права граждан на интеллектуальную собственность.

Усовершенствованная законодательная база позволит создать здоровую рыночную конкуренцию и обеспечить должную защиту предпринимателей от неправомерного использования объектов интеллектуальной собственности.

Список литературы: 1. Инвестиционный центр интеллектуальной собственности <http://intellect-bank.com.ua/o-kompanii.html>; 2. Волчков К.С., Тюльченко И.К. Защита интеллектуальной собственности в Украине Материалы региональной научной конференции преподавателей, аспирантов и студентов высших учебных заведений. – Донецк, ДонНТУ – 2011, с.131-133.

М.М. ТКАЧОВ, ассистент кафедры права НТУ «ХПИ»

СТОИМОСТНАЯ ОЦЕНКА ТОРГОВОЙ МАРКИ

Актуальность данной темы заключается в том, что в процессе развития рыночных отношений возникает проблема недобросовестной конкуренции, в частности это проявляется в незаконном использовании торговой марки или использование её с нарушением авторских и смежных прав. Что в свою очередь негативно отражается на финансовом и имедживом состоянии правообладателя.

Торговая марка является одним из основных и наиболее эффективных инструментов в конкурентной борьбе, на данном этапе развития рыночных отношений. Она позволяет выделить конкретный товар среди конкурентов и закрепить за ним определенные ассоциации.

Торговая марка – это запоминающийся образ, символ, обозначение, позволяющие отличать товары и услуги одних производителей от однородных товаров и услуг других производителей. В процессе повышения узнаваемости торговой марки среди потребителей стоимость её также возрастает, и она становится неотъемлемым, а в некоторых случаях и основным элементом имущественного комплекса предприятия, в связи, с чем стоимость торговой марки может значительно превышать стоимость производственных и материальных ресурсов предприятия. Оценка торговой марки компании положительно влияет на ее общую рыночную стоимость и, следовательно, на ее привлекательность для партнеров и инвесторов.

Стоимость торговой марки — это денежное выражение затрат по её созданию. Оценка торговой марки тесно связана с оценкой бизнеса и производится на основе анализа полного цикла производства и реализации товаров или услуг данной компании. В процессе оценки товарного знака рассчитывается рыночная стоимость оцениваемого объекта через определение степени влияния данного отличительного признака на величину прибыли компании и объем реализации товаров и услуг.

Тем не менее, при оценке торговой марки (определении стоимости торговой марки) необходимо учитывать, что сама по себе она не создает потребительскую стоимость. Однако реклама торговой марки популяризирует потребительские свойства продукта, способствуя формированию спроса и, как следствие, повышению цены на него. Оценка стоимости торговой марки имеет существенное значение для предприятия. Существуют множество способов стоимостной оценки торговой марки, затратный метод оценки стоимости; рыночная оценка стоимости; метод рыночного сравнения; метод суммарной дисконтированной добавленной стоимости; метод роялти; метод поступлений, и множество других методов.

Исходя из анализа выше перечисленных способов и методов стоимостной оценки торговой марки, можно определить что её цена, кроме всего прочего также зависит от того, является ли оценщик продавцом или покупателем, включается ли данная величина в бухгалтерский баланс или используется как фактор для принятия управленческого решения о будущих инвестициях. Если торговая марка является активом и способна в будущем

принести прибыль, необходимо учитывать среду бизнеса и конкурентность рынка.

Анализ зарубежного опыта оценки торговых марок показывает, что бухгалтерские методы оценки торговых марок страдают от несоответствия законов и практики разных стран, а также значительных различий в налоговых системах и льготах. Некоторые страны расходы на формирование бренда рассматривают как инвестиции. И очевидно, что в ближайшее время ситуация с разнообразием методов учета не изменится к лучшему.

Список литературы: 1. Гражданский кодекс Украины // Ведомости Верховной Рады Украины (ВВР), 2003, NN 40-44, ст.356 2. **Дойль П.** Маркетинг, ориентированный на стоимость. — СПб.: Питер, 2001 3. **Соловьев Б.А.** Модульная программа для менеджеров: управление маркетингом. — М.: Инфра-М, 2000. 4. **Keller K. L.** Building Customer-Based Brand Equity. — Marketing Management. — 2001. — Июль/август.

СЕКЦІЯ 6 - УПРАВЛІНСЬКІ ТА ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПІДПРИЄМСТВ, СОЦІАЛЬНІ ПРОЦЕСИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

М.А. АЛЕКСАНДРОВА, студентка, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Проблема конкурентоспроможності продукції за останній час в Україні стала однією з найбільш обговорюваних. Найголовнішою причиною, що стримує нині входження України у світове господарство як повноправного партнера є дуже низька конкурентоспроможність її продукції на міжнародних ринках. Це зумовлено в першу чергу не відповідністю українських товарів міжнародним стандартам; зосередженням на експорті сировинних товарів замість високотехнологічного обладнання, «ноу-хау» тощо, які на даний момент користуються все більшим попитом на ринках; нестачею кадрів, що можуть працювати на зовнішніх ринках та забезпечувати збут продукції.

Загальновідомо, що Україна має великий експортний потенціал. Крім того, Україна має конкурентоспроможні технології в аерокосмічній галузі, ракето- та суднобудуванні, виробництві нових матеріалів, біотехнології, регулюванні хімічних, біохімічних та біофізичних процесів. Великий потенціал мають також агропромисловий та енергетичний комплекси.

Таким чином, є достатні підстави для висновку про те, що Україна має шанси для поліпшення своїх позицій на світовому ринку. Тому висока конкурентоспроможність продукції на зарубіжних ринках може бути досягнута завдяки розробленню стратегії просування національної експортної продукції на світовому ринку. Така стратегія повинна полягати не в простому нарощуванні обсягів експорту, а в сприянні створення довгострокових конкурентних переваг та стабільному розширенні і якісному поліпшенню на основі цих переваг позицій країни на світовому ринку.

По-перше, досягнення цього можливе за умови проведення відповідної експортнорозширюючої політики, коли поруч з розвитком традиційного експорту розвиватимуться й потенційні експортні галузі відповідно до тенденцій на світовому ринку. Цього можна досягти при сприянні у структурній політиці виробництву товарів високого ступеня переробки шляхом використання провідних технологій, які дозволять ефективніше використовувати наявні ресурси.

По-друге, необхідно збільшення частки інвестицій з боку держави та інших інвесторів в основний капітал і частки витрат на інновації в загальному обсязі промислової продукції, нарощення науково-технічного потенціалу, у тому числі за рахунок розширення державного фінансування фундаментальної науки, досліджень та розробок, а також освіти.

По-третє, необхідно вирішити проблему робочої сили, а саме «відтоку умів». Несприятливі умови праці призводять до міграції кваліфікованих кадрів до інших країн у пошуках кращого життя та можливості самореалізації, залишаючи власну країну без розвитку її потенціалу. Тому державі необхідно розробити стимулюючі заходи для втримання спеціалістів на батьківщині та забезпечення значно кращих умов, ніж були раніше.

По-четверте, для створення сприятливих внутрішніх умов, при яких вітчизняні підприємства можуть досягти відповідного рівня міжнародної конкурентоспроможності, необхідна виважена податкова політика, яка дасть змогу цим підприємствам працювати високоефективно і виробляти продукцію на рівні світових стандартів.

Також, важливим чинником є досить добра забезпеченість країни інформацією щодо ситуацій на зовнішньому ринку, тому необхідно постійно проводити їх моніторинг та йти в ногу з часом.

Стратегію корпорації необхідно формувати так, щоб її продукція зберігала високі конкурентні якості й технічну новизну протягом тривалого часу. Саме такі корпорації зберігають лідерство у світовому виробництві. Конкурентоспроможність продукції визначається різними чинниками, дію яких обов'язково слід враховувати при виході підприємства на міжнародний ринок.

А.В. ГЕРМАН, студентка, м.Харків, НТУ «ХПІ»

ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ БЕНЧМАРКІНГУ В УКРАЇНІ

В умовах швидкозростаючого протистояння між компаніями виникає необхідність детального і глибокого вивчення найкращих досягнень своїх конкурентів. Використання передового досвіду у своєму виробництві є запорукою лідерства у галузі. Досліджуючи сучасні проблеми конкуренції у вітчизняному бізнесі основну увагу приділимо методу еталонного порівняння підприємств «бенчмаркінгу», застосування якого сприяє: пошуку та адаптації найкращих методів управління та організації виробництва, скороченню витрат і зниженню ризику, пов'язаного з досвідом проведення експериментів, створенню культури безперервного вдосконалення.

Визначення бенчмаркінг трактується як безперервний систематичний процес оцінки продукції, послуг і виробничих процесів кращих організацій галузі, з метою отримання інформації щодо вдосконалення власної організації.

Цей метод на прикладі таких компаній як Xerox, Nokia Mobile Phones, Hewlett-Packard, Ford довів, що обмін досвідом є ефективним знаряддям покращення конкурентоздатності та в цілому позитивно впливає на економіку країни.

Також варто зауважити, що впровадження методу повинно здійснюється системно, потребує зусиль та постійної уваги, а щонайважливіше бажання та готовності діяти та змінюватися на краще. Країни з розвиненою економікою вже довгий час використовують бенчмаркінг у своїй діяльності, оскільки для них обмін інформацією є насамперед самоаналізом. В Україні ж існують серйозні проблеми щодо впровадження методу. Найсуттєвішою з яких залишається непрозорість вітчизняного бізнесу, викликана недовірою до передових ідей світового менеджменту та усталеним консерватизмом. А відсутність мотивації серед українських підприємців щодо застосування у своїй діяльності бенчмаркінгу унеможливає відкриття повної та достовірної бізнес-інформації. Причиною цього є недостатня поінформованість підприємців в актуальності, цілях та методах впровадження бенчмаркінгу в якості інструменту ведення бізнесу.

В процесі дослідження актуальності конкурентного зіставлення було виявлено ряд перешкод на шляху впровадження методу, що зумовлені особливостями ведення бізнесу в Україні. У зв'язку з цим були розроблені методи підвищення популярності та поширення відповідної інформації щодо впровадження та здійснення бенчмаркінгу та відповідно формування серед українських підприємців певної культури, заснованої на відкритості щодо наданої інформації, чесності та етичності щодо конкурентів.

Таким чином, аналізуючи бенчмаркінг можна зробити висновок, що на сьогодні він є найефективнішим методом еталонного зіставлення, а також, щонайважливіше, інструментом міжнародного обміну бізнес - інформацією. Його широке застосування нашими співвітчизниками сприятиме вдосконаленню бізнес-проектів без зайвих витрат на експерименти, швидкому досягненню ринкових результатів на рівні підприємств-лідерів галузі або навіть перевершення їх.

С.С. ЗІНЧЕНКО, магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Найактуальнішим питанням національного масштабу є підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції підприємств.

Метою є підвищення якості вітчизняної продукції (товарів, робіт, послуг) та її конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках шляхом підтримки зусиль підприємств, установ організацій у задоволенні потреб споживачів, запровадженні систем управління, розвитку і впровадження систем та методів управління якістю.

Багаторічний досвід розвинених країн світу свідчить, що здобути успіх на ринку, можна шляхом вдосконалення системи управління якістю.

Міжнародну систему добровільної стандартизації очолюють три загальновизнані організації: Міжнародна організація зі стандартизації (ISO), Міжнародна електротехнічна комісія (IEC) та Міжнародний союз телекомунікацій (ITU).

Загальне управління якістю здійснюється за допомогою системи управління якістю. Системи управління якістю повинна бути складовою частиною системою управління організації і має створювати у керівництва організації та споживача впевненість у тому, що продукція або послуга буде відповідати встановленим вимогам до її якості.

Концептуальною основою стандарту ISO 9000 є те, що організація створює, забезпечує та покращує якість продукції або послуг за допомогою взаємопов'язаних процесів, які повинні постійно аналізуватися та удосконалюватися.

У кожного процесу повинен бути власник - особа, яка відповідає за цей процес. Власник процесу повинен забезпечувати однозначне розуміння всіма учасниками процесу їх відповідальності і повноважень, повинен організовувати взаємодію під час вирішення проблем, які охоплюють декілька структурних підрозділів організації.

Проблеми:

- ментальне сприйняття поняття якості з боку керівників підприємств;
- відсутність необхідної теоретичної та методологічної бази у сфері управління якістю;
- відсутність практичного досвіду щодо впровадження систем управління якістю;
- нестача кваліфікованих спеціалістів у сфері якості продукції і фінансових ресурсів у підприємстві;
- впровадження систем управління якістю в основному з метою отримання сертифікатів.

Стандартизація відіграє значну роль у виробництві конкурентоспроможної доброякісної продукції. Стандартизація супроводжує продукт протягом життєвого циклу і є нетарифною формою регулювання.

Важливим є принцип спадкоємності робіт із стандартизації, базований на системності робіт.

Таким чином, підсумовуючи наведений вище матеріал, ми можемо зробити висновок, що для підвищення конкурентоздатності підприємств необхідно зосередитись на системі управління якістю на підприємстві, а також на методології її впровадження згідно міжнародних стандартів ISO серії 9000.

Крім того, ще одним фактором, який підтверджує користь впровадження, є те, що дана система зможе активізувати внутрішні та зовнішні інвестиції, які охоче будуть вкладатися в сертифіковане виробництво.

О.М. ДЮГОВАНЕЦЬ, викладач, ЗакДУ

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВЕНЧУРНОГО ФІНАНСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Розвиток венчурного фінансування українських інноваційних підприємств знаходиться на початковій стадії і є таким тільки формально, адже венчурні фонди в Україні не відповідають світовим реаліям й має практично найгірші інвестиційні можливості у напрямі прямого і венчурного фінансування в порівнянні з іншими країнами Європи. Специфіка української індустрії ВК полягає в наслідуванні європейської моделі венчурного фінансування, коли вкладати кошти можна в різні галузі, а не у хай-тек індустрію, розвиток SMEs знаходиться на недостатньому рівні, венчурні фонди зосереджуються на низькоризикованих торгових угодах з метою отримання прибутку в короткостроковій перспективі й не фінансують інноваційні підприємства, а обирають будівельну, готельну, торгівельну сфери.

Можна виділити кілька рис українського венчурного фонду, що притаманні для фондів прямих інвестицій панівних у всьому світі: відсутність оподаткування на рівні фонду, певний рівень захисту прав інвесторів та обмеження окремих ризиків, можливість викупу інвесторами інвестиційних сертифікатів фонду у розстрочку та можливість викупу фондом частини інвестиційних сертифікатів до закриття фонду. А також низку рис, що обмежують використання даної форми для розвитку індустрії прямого та венчурного фінансування: фізична особа може бути учасником венчурного фонду тільки за умови придбання нею цінних паперів на суму, не менше ніж 1500 мінімальних заробітних плат, публічні інвестиційні фонди та пенсійні фонди не мають права вкладати кошти у інші фонди, неможливість залучення фондом боргового фінансування, учасниками венчурних фондів можуть бути тільки юридичні

особи, тоді як приватним особам, пенсійним фондам, страховим компаніям це заборонено, залучення коштів українських інституційних інвесторів фондами прямого інвестування практично неможливе.

Найбільш вірогідними сценаріями розвитку венчурного фінансування в Україні, на наш погляд, можуть бути такі:

1.) Короткострокова перспектива (до 2015 року) передбачає використання оптимістичного підходу передбачає використання стратегії «інноваційного прориву» - натомість використання поступового наздоганяння світу, використовуючи не реалізовані можливості 3-5 укладів, зосередитись на становленні ключових напрямів 6-ого укладу, де країна може вийти в лідери.

Треба змінити відношення до пріоритетних напрямів інноваційного розвитку й відбуватиметься стрибкоподібний процес формування інституційного забезпечення інноваційної діяльності. Як наслідок, можлива поява прошарку венчурного підприємництва в ІТ-сфері, спрощення процедури створення технопарків, надання пільг учасникам ВФ – весь процес повинен прикріплюватись державним стимулюванням.

2.) Середньострокова перспектива (до 2025 року) передбачає використання базового підходу за умов врахування заходів з покращення венчурної діяльності до 2015, протягом 2015-2025 рр. ймовірні позитивні тенденції: запуститься механізм само запуску прошарку малого інноваційного підприємництва, сформується національна система інноваційної та венчурної інфраструктури, зросте рівень доступності джерел венчурного фінансування тощо.

Прогрес можливий, якщо зупиниться інертність, нестабільність і безсистемність державної політики в сфері формування венчурних інститутів й політична увага на чергову передвиборчу компанію зміниться.

3.) Довгострокова перспектива (до 2050 року) передбачає використання песимістичного підходу, який на наш, враховуючи існуючу ситуацію щодо розвитку венчурного інноваційного бізнесу в Україні, на жаль, є найбільш вірогідним й передбачає повільний та суперечливий розвиток венчурної діяльності, зумовлений відсутністю довгострокової політики в сфері інноваційної діяльності, низьким втручанням держави в ці

процеси, обмеженістю бюджетного фінансування інноваційних підприємств.

І тільки необхідність реалізації обраного урядом напряму інноваційної моделі розвитку з часом приведуть до створення сприятливого середовища для нарощування інноваційної та ділової активності. Тому, ближчим часом для України характерним буде «відплив умів», розпродаж ідей за кордон, відсутність національного венчурного капіталу й інноваційно активних суб'єктів на ринку.

Таким чином, для більш ефективного та прискореного розвитку венчурного фінансування в Україні варто реалізувати такі основні заходи, як підвищити рівень кваліфікації працівників у сфері інноваційної венчурної діяльності, підвищити рівень поінформованості громадськості про венчурну інноваційну діяльність, подолати проблеми захисту інтелектуальної власності, усунути поширену думку про загальну несприятливу державну політику щодо стимулювання венчурної інноваційної діяльності, подолати несприятливий регуляторний клімат, покращити розвиток фондового ринку, створити позитивний імідж національної системи венчурного підприємництва й підвищити привабливість малих та середніх інноваційних підприємств.

Для активізації функціонування венчурного бізнесу в Україні необхідно подолати низку загальнодержавних проблем, які можна виділити у три групи перешкод на шляху до формування українського ринку венчурного капіталу: перша група включає організаційні проблеми венчурного фінансування, яка передбачає створення регіональних та галузевих венчурних інвестиційних інститутів та інших елементів механізму венчурного фінансування; друга група включає економічні проблеми венчурного фінансування пов'язані з фінансовими ресурсами для забезпечення функціонування венчурної індустрії; третя група включає правові проблеми венчурного фінансування пов'язані з законодавчою базою та прийняттям необхідних нормативно-правових актів й удосконалення існуючих для повноцінного функціонування системи венчурного фінансування.

Д.В. КАЗАРІНОВ, аспірант ДВНЗ «УАБС НБУ», м. Суми

ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД РЕГІОНАЛЬНОЇ ВАЛЮТНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Створення Європейського валютного союзу (ЄВС) і введення євро виступили каталізаторами загальної зацікавленості країн світу в регіональній валютній інтеграції. Однак, наслідки фінансової кризи в ЄС засвідчили, що європейська модель регіональної інтеграції не є ідеальною і її, вочевидь, не доцільно застосовувати безпосередньо та в повному обсязі як безперечний еталон валютного співробітництва в інших регіонах. Виходячи з цього, актуальності набуває дослідження досвіду валютної інтеграції у різних регіональних угруповань світу.

Процеси регіональної валютної інтеграції досить глибоко досліджуються багатьма вітчизняними (А.І. Бутуком, О.І. Рогач та ін.) та зарубіжними (Б. Балассом, М.Д. Бордо, І.Н. Люкевичем, Ю.Ч. Парком, Е.К. Роузом, Е. Хохрайтером, В.Г. Чаплигіним та ін.) науковцями.

Втім, відкритими залишаються питання стосовно послідовності стадій економічної та валютної інтеграції, зокрема, щодо необхідності і первинності політичної інтеграції над загальноекономічною, щодо прерогативи міждержавної економічної конвергенції, щодо врахування традицій та особливостей протікання інтеграційних процесів в окремих регіонах.

За результатами проведеного нами дослідження міжнародного досвіду валютної інтеграції можна сформулювати наступні висновки. По-перше, валютна інтеграція як економічне явище виникла достатньо давно, однак найбільшого значення набула в сучасному світі – в епоху зростання глобалізації, посилення конкуренції на світових ринках та частого виникнення глобальних фінансових шоків. Створення Європейського економічного та валютного союзу, успішне запровадження євро мало «демонстраційний ефект» для інших регіонів світу, інтенсифікувало дебати щодо регіональної валютно-фінансової інтеграції та виступило каталізатором процесів валютної інтеграції у різних регіонах світу.

По-друге, аналіз діяльності існуючих міжнародних інтеграційних об'єднань та оцінка перспектив формування на їх базі нових регіональних валют дозволяє виділити наступні валютні

регіони: Євразія, Східна, Центральна та Південна Африка, Північна, Центральна та Латинська Америка, Карибський басейн, Перська затока, Південно-Східна Азія, Австралія та Океанія. Поглиблення процесів валютної інтеграції спостерігається також на пострадянському просторі.

По-третє, у світовій практиці можна виділити декілька форм валютної інтеграції, основними з яких є: співробітництво зі стабілізації обмінних курсів, створення платіжного союзу, валютної зони та валютного союзу, як вищої форми регіональної валютної інтеграції. Кожна форма, у свою чергу, має декілька варіантів реалізації, що характеризуються відповідними перевагами та недоліками.

По-четверте, як свідчить міжнародний досвід, успішному розвитку процесів регіональної валютної інтеграції сприяє низка факторів, серед яких можна виділити наявність: валюти-монетарного якоря з низькою інфляцією, а також співробітництва зі стабілізації курсів валют країн-учасниць; сильної економічної інтеграції країн-учасниць; сильної політичної волі, що полягає у згоді пожертвувати елементами національного суверенітету заради отримання вигод від інтеграції у довгостроковому періоді; наднаціональної інституційної основи для координації валютної та, особливо, фіскальної політики, а також багатосторонньої системи нагляду в поєднанні з дієвими механізмами стимулювання валютної та фіскальної дисципліни; розвинутого банківського сектору в країнах-учасницях, сильного пруденційного регулювання та нагляду за фінансовими ринками; спільних державних кордонів.

Д.С. СЕРЕДА, студент

Р.Д. ЧЕРНОДУБОВ, студент, СНУ ім. В.Даля

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В сучасних економічних умовах України, які характеризуються зростаючою конкуренцією, постійним зниженням прибутковості, невизначеністю і мінливістю зовнішнього середовища, підприємства все більшою мірою відчують необхідність в нових методах і інструментах

управління фінансами. До таких новацій належить практичне впровадження фінансового контролінгу.

Узагальнюючи різні підходи, можна стверджувати, що як складова фінансового менеджменту, фінансовий контролінг є системою, яка передбачає комплексне використання методик та інструментів бюджетування, планування, внутрішнього контролю, інформаційного забезпечення та ризик-менеджменту для оцінки загального фінансового стану підприємства, вчасного виявлення відхилень від запланованих показників та оперативного реагування на вплив негативних факторів і їх своєчасну нейтралізацію з метою забезпечення позитивного довгострокового ефекту.

Відповідно до цілей система фінансового контролінгу поділяється на дві складові: оперативний та стратегічний. Оперативний фінансовий контролінг має своєю головною метою організацію системи управління досягненням поточних фінансових цілей підприємства. Такі цілі можуть знаходити свій вираз у показниках виручки від реалізації, прибутку, постійних і змінних витрат, рентабельності капіталу тощо. Під стратегічним фінансовим контролінгом розуміють комплекс функціональних завдань, інструментів і методів довгострокового управління фінансами підприємства, їх вартістю та ризиками. У рамках стратегічного фінансового контролінгу виконуються наступні завдання: визначення стратегічних цілей і розробка фінансової стратегії підприємства; впровадження дійової системи раннього попередження та реагування; визначення горизонтів планування; довгострокове фінансове планування основних фінансових показників; довгострокове управління вартістю підприємства та прибутком; забезпечення інтеграції довгострокових стратегічних цілей та оперативних завдань, які ставляться перед окремими працівниками та структурними підрозділами.

Формування системи фінансового контролінгу на підприємстві полягає в розробці блоків системи та визначенні послідовності етапів побудови системи фінансового контролінгу. З урахуванням досвіду зарубіжних та вітчизняних науковців можна визначити, що фінансовий контролінг на підприємстві будується за такими етапами:

1) визначення об'єкта контролінгу. Об'єктом фінансового контролінгу є управлінські рішення за основними аспектами фінансової діяльності підприємств.

2) визначення видів і сфери контролінгу. Згідно з концепцією побудови системи контролінгу, він поділяється на стратегічний контролінг і оперативний контролінг. Кожному з цих перелічених видів контролінгу повинна відповідати його сфера, цілі і періодичність здійснення його функцій.

3) формування системи пріоритетів показників, що контролюються.

4) розробка системи кількісних стандартів контролю. Стандартами виступають цільові стратегічні нормативи, показники поточних планів і бюджетів, система державних або розроблених підприємством норм і нормативів, тощо.

5) побудова системи моніторингу показників, які містяться у фінансовому контролінгу. Система фінансового моніторингу – це механізм постійного спостереження за показниками фінансової діяльності, визначення обсягів відхилень фактичних результатів від передбачених і з'ясування причин цих відхилень.

6) формування системи алгоритмів дій з усунення відхилень.

Запровадження системи контролінгу на підприємствах дасть змогу скоротити час адаптації до змін зовнішнього та внутрішнього середовища, оптимізувати управлінський ризик, знизити ймовірність банкрутства, підвищити прибутковість та конкурентоспроможність підприємства.

Е.В. ТРУШЕВСКАЯ, студентка, ВНУ ім. В.Даля

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАНЯТОСТИ В УКРАИНЕ

Современные экономические и политические процессы в Украине требуют формирования адекватной политики занятости и эффективных механизмов ее регулирования.

На сегодняшний день безработица в Украине носит массовый и представляет реальную угрозу для развития государства, являясь основным фактором бедности и деградации населения. По данным Госкомстата, уровень зарегистрированной безработицы в целом по Украине на 1

января 2012 г. составил 1,8% от общего количества трудоспособного населения. Кроме того, на 1 вакансию претендуют в среднем 8 человек; учетное количество штатных работников, участвующих в системе профподготовки, переподготовки и повышения квалификации составляет 9% (около 1 млн. человек); периодичность повышения уровня квалификации работников составляет 11 лет (в государствах ЕС - 5 лет); уровень безработицы в возрастной категории 15-24 лет составил 18,6%.

Разрешение существующих проблем невозможно без введения действенных государственных механизмов. С целью стабилизации рынка труда со стороны государства подготовлено и принято ряд документов, которые направлены на максимальное сближение спроса на трудовые ресурсы и предложения трудоспособного населения: Закон Украины «О занятости населения»; «Программа содействия занятости населения и стимулирования создания новых рабочих мест на период до 2017 года», Закон Украины «Об индустриальных парках».

С целью стимулирования занятости населения в Законе Украины «О занятости населения» введены следующие механизмы: работодатель имеет право компенсировать расходы, связанные с уплатой единого социального взноса, в случае трудоустройства молодежи или других из числа неконкурентоспособных граждан сроком не менее чем на два года; стимулирование местной власти к улучшению инвестиционного климата в регионе, создание новых рабочих мест путем увеличения норматива отчислений от налога на доходы физических лиц; для студентов дневной формы обучения будет введена стажировка с открытием трудовой книжки; работодатель оплачивает обучение студента в вузе при условии, что тот отработает потом от 1 до 3 лет (в зависимости от затрат); молодые специалисты, заключившие контракт на работу в селе, сразу получают «стартовые выплаты», а после 10 лет работы в селе – жилье; лица в возрасте от 45 лет получают право на "ваучер" на профессиональное обучение; статус безработного и пособие человек получает с первого дня обращения в центр занятости [1].

Программа содействия занятости населения и стимулирования создания новых рабочих мест на период до

2017 года предусматривает 10 основных направлений работы, среди которых: стимулирование создания новых рабочих мест, повышение уровня занятости сельского населения, усиление мотивации к легальной занятости и содействие занятости социально уязвимых категорий населения, особенно молодежи и инвалидов, совершенствование системы регулирования трудовой миграции [2].

В рамках реализации Закона «Об индустриальных парках» предусматривается создание квалифицированных и высокооплачиваемых рабочих мест в промышленности и приоритетных отраслях экономики за счет предоставления целевых льгот и преференций [3].

Таким образом, реализация нововведений законодательной базы будет способствовать улучшению ситуации на национальном рынке труда, стимулировать работодателей к созданию рабочих мест, повысит занятость населения.

Список литературы: 1. Про зайнятість населення [Електронний ресурс]: Закон України від 05.07.2012 № 5067-VI // Законодавство України: Верховна Рада. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/>. 2. Програми сприяння зайнятості населення та стимулювання створення нових робочих місць на період до 2017 року [Електронний ресурс]: Постанова кабінету міністрів від 15 жовтня 2012 р. № 1008 // Законодавство України. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1008>. 3. Про індустріальні парки [Електронний ресурс]: Закон України від 21.06.2012 № 5018-VI // Законодавство України: Верховна Рада. - Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.

А.В. РЕЗНІЧЕНКО, аспірант кафедри економічної теорії та історії економіки НАДУ при Президентіві України

ІННОВАЦІЙНА ЛЮДИНА – БАЗОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ТЕХНОЛОГІЧНО СПРОМОЖНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ

Конкурентоспроможність країни визначається розвитком в ній повномасштабних продуктивних сил: фундаментальної практико-орієнтованої науки, розвиваючої освіти та інноваційної промисловості. Основним предметом дії повномасштабних продуктивних сил сьогодні є технології, на яких і довкола яких збираються знання і компетентності.

Технологічна спроможність – базова і відмітна ознака пропонованого підходу до технологічної модернізації і модернізації в цілому. Можна навчитися запозичувати зарубіжні технології та інституційні рішення, але так і не зуміти здійснити

технологічну модернізацію. При подібному підході технологічно спроможна модернізація – це в першу чергу економічна стратегія держави направлена на формування нового суспільного багатства у вигляді інноваційно активних громадян.

Зараз Україна продовжує втрачати технологічні комплекси і групи технологій, що веде до різкого звуження простору доступної для країни наукоємкої продукції. Цей технологічний і індустріальний регрес не може бути компенсований технологічними запозиченнями. Зробивши основну ставку на придбання готових технологій, ми ризикуємо поглибити деградацію технологічної культури і втратити залишки фундаментальної практико-орієнтованої науки. Тому до завдань вищої школи необхідно віднести також розробку програм випереджаючого кадрового забезпечення процесів технологічного переозброєння промислових виробництв і створення умов для формування у студентів компетенцій інноваційної діяльності [1], інакше кажучи – компетенцій «інноваційної людини» як суб'єкта всіх інноваційних перетворень. «Інноваційна людина» – не є синонімом «інноваційного підприємця». Підприємництвом в усіх країнах готово і може займатися меншість населення. "Інноваційна людина" – більш широка за змістом категорія, яка означає, що кожен громадянин повинен стати адаптивним до постійних змін: у власному житті, в економічному розвитку, в розвитку науки і технологій, – активним ініціатором і виробником цих змін [3]. При цьому кожен громадянин гратиме свою роль в загальному інноваційному співтоваристві відповідно до своїх схильностей, інтересів і потенціалу.

Ключовими компетенціями інноваційної людини повинні стати:

- здатність і готовність до безперервної освіти, постійного вдосконалення, перенавчання і самонавчання, професійної мобільності, прагнення до нового;

- здатність до критичного мислення;

- здатність і готовність до розумного ризику, креативність і заповзятливість, уміння працювати самотійно і готовність до роботи в команді, готовність до роботи у висококонкурентному середовищі;

- широке володіння іноземними мовами як комунікаційними інструментами ефективної участі в процесах глобалізації,

включаючи здатність до вільного побутового, ділового і професійного спілкування.

Нарощування таких компетенцій - тривалий і складний процес, що включає необхідність адаптації для цих цілей не просто окремих напрямів соціально-економічної політики (в першу чергу, політики у сфері освіти), але і громадського середовища в цілому, формування " клімату" в суспільстві, що забезпечує свободу творчості і самовираження, що заохочує і винагороджує людей, що мають відповідні компетенції і досягають успіху за рахунок їх використання.

Для успішного вирішення завдань щодо формування компетенцій "інноваційної людини" необхідно модернізувати державну політику в області освіти по ряду ключових напрямів.

Система освіти на усіх своїх етапах повинна і в частині змісту, і в частині методів і технологій навчання/викладання бути орієнтована на формування і розвиток названих вище навичок і компетенцій, необхідних для інноваційної діяльності. Одне з найважливіших завдань в цій сфері - формування глобально конкурентоздатних дослідників і управлінців. При цьому вища освіта в перспективі має бути інтегрована з науковою діяльністю - студенти, що здобувають освіту за магістерськими програмами, повинні брати участь в наукових дослідженнях, спрямованих на вирішення перспективних завдань інноваційного розвитку, а ВНЗ, де є магістерські програми, повинні мати відповідний науковий потенціал і налагоджені зв'язки з інноваційними організаціями і високотехнологічними підприємствами. Для цього належить послідовно розвивати механізми підтримки кооперації ВНЗ з компаніями інноваційного сектору.

Ключовим завданням у сфері освіти стане розвиток системи безперервної освіти, створення ефективної системи стимулів і умов (інфраструктури) для постійної перепідготовки і підвищення кваліфікації для усього економічно активного населення. У сучасних умовах не лише різко прискорюються процеси технологічного розвитку, що знецінює здобуті знання незабаром після їх отримання, але також змінюється і галузева структура економіки. Ці процеси різко підвищують цінність компетенцій у сфері швидкого аналізу, критичного осмислення великих об'ємів нової інформації, компетенцій по "перемиканню" людини з одного виду діяльності на інший. Щоб

бути успішним, людині треба бути готовим до зміни декількох професій і видів діяльності впродовж життя.

З точки зору механізмів державного регулювання це означає, що програми підвищення кваліфікації персоналу як у сфері діяльності державних підприємств, так і у сфері служб зайнятості, мають бути спрямовані, у тому числі, на освоєння громадянами інструментів інноваційної діяльності. Значна увага у рамках таких програм повинна приділятися освоєнню навичок комерціалізації наукових розробок, ведення підприємницької діяльності, користування сучасними фінансовими інструментами [2]. Належить також на конкурсній основі підтримати найбільш вдалі програми навчання дорослого населення, на основі яких створити систему щорічного підвищення кваліфікації не менше 15-20% працюючих громадян.

Стимулювання отримання навичок інноваційного підприємництва тією частиною населення, яка до цього найбільш пристосована і готова, - випускниками ВНЗ технічних і природничонаукових спеціальностей за допомогою різних полідисциплінарних освітніх програм і проектної діяльності. Програми державної підтримки інновацій також повинні містити освітній компонент, у тому числі в області підприємницької діяльності, комерціалізації розробок.

Формування культури інновацій в суспільстві і підвищення престижу інноваційної діяльності. Цей найбільш важливий напрям слід розвивати, виходячи з міркувань привабливості інноваційної діяльності з урахуванням традицій вітчизняних і світових наукових шкіл, престижності пошуку і комерціалізації нових ідей.

Успішне вирішення даних задач можливе за умови максимально тісної співпраці держави, наукового і освітнього співтовариства, бізнесу, інститутів громадянського суспільства.

Список використаних джерел: 1. Інновації у вищій освіті: проблеми, досвід, перспективи : монографія / за ред. П. Ю. Сауха. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. Івана Франка, 2011. – 444 с. 2. Салун М.М. Відтворення та модернізація трудового потенціалу підприємства (території) : монографія / М.М. Салун. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2011. – 236 с. 3. Терещенко І.І. Інноваційна політика держави як фактор розвитку людини // Доступ до електронного ресурсу: http://nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/VKPI_soc/2010_1/Tereschenko.pdf

Н.В. САВЧЕНКО, аспірантка Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України

МЕТОДИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНИХ РИЗИКІВ В РАМКАХ МОНІТОРИНГУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ

В умовах комплексного взаємного впливу глобалізації економічних процесів, висококонкурентного ринкового середовища, регіоналізації, управлінських дій органів державної влади, використання різних моделей поведінки господарюючих суб'єктів в регіональному економічному середовищі та їх взаємодії з адміністративними структурами мають забезпечити стійкий розвиток і економічне зростання країни.

Дослідження умов і динаміки процесів розвитку економіки українських регіонів [1, 2] показує, що кожен регіон має специфічне середовище і структуру організаційних, економічних, соціальних, виробничих, інституційних та інших стосунків, що визначають особливості розвитку і процеси управління економікою регіону, тобто, регіональна соціально-економічна система має системну ознаку неоднорідності.

Властивість неоднорідності призводить до неможливості використання єдиних прийомів і методів управління соціально-економічними системами і веде спочатку до необхідності встановлення ієрархії і визнання однієї з груп методів первинними.

Як основну дію, що усуває наслідки неоднорідності, доцільно розглядати координацію, що погоджує цілі регіонального розвитку. Крім того, координація може бути доповнена відомими методами [3]: копродукція (спільне виконання сукупності робіт, що забезпечує досягнення заданої мети); кооперація (довгострокова співпраця); контактування (короткостроковий обмін інформацією); коеволюція (обмін намірами і планами для узгодження довгострокового розвитку суб'єктів); консолідація (повне узгодження дій, зближення інтересів).

Для моніторингу і оцінки соціально-економічного стану регіонів як неоднорідних соціально-економічних систем пропонується розглядати регіональні ризики як ризики, що вносяться діяльністю органів управління регіоном.

Цю групу ризиків слід розділяти на ризик проекту, ініційованого регіональними управлінськими структурами, і ризик регіону, викликаний його участю в здійсненні конкретного проекту. Ризик регіону залежить від рівня ризикованості проекту, але не зводиться до нього. Участь регіону, як правило, знижує ризик реалізації проекту за рахунок зниження ризиків недофінансування і вартості інвестиційних ресурсів. Але участь регіону формує ризик, пов'язаний з окупністю бюджетних інвестицій і пільг.

Відповідно до запропонованого підходу класифікації ризиків виділено три підходи до ідентифікації ризиків, що розрізняються характером і інструментами участі регіону в управлінні неоднорідними соціально-економічними системами в промисловому комплексі:

1. Регіон розглядається як квазікорпорація-реципієнт. Характеристики квазікорпорації впливають на ризик інвестора поряд з ризиком проекту і ризиками учасників проекту, включаючи регіон. У цій якості регіон виступає відносно тієї частини проектів, в реалізації яких він бере участь лише через загальносистемну економічну або промислову політику.

2. Регіон виступає і інвестором і реципієнтом інвестицій. Це найбільш загальний випадок управління регіональним розвитком, що полягає в бюджетній підтримці програм інвестиційного розвитку, що реалізуються бізнесом. До цієї групи відноситься участь регіону шляхом прямого фінансування і використання інших способів селективної і загальносистемної фінансової підтримки промислового комплексу.

3. Регіон виступає як інвестор або учасник фінансування проекту. Ризик регіону як інвестора визначає ризик реалізації проекту і відповідні фінансові показники учасників. Найбільш поширеною формою цього способу участі регіону є участь у фінансуванні комерційних і соціальних програм, у тому числі і на території іншого регіону.

Таким чином, сучасне регіональне управління не може бути зведено лише до вирішення завдань економічної політики розвитку території, а повинно бути направлено на формування регіональних координаційних механізмів і сприятливого інституційного середовища з метою забезпечення стійкої і позитивної динаміки розвитку регіону як неоднорідної соціально-економічної системи.

Литература: 1. "Ризики диспропорційності економічного розвитку регіонів України та їх подолання". Аналітична записка // Доступ до електронного ресурсу: <http://www.niss.gov.ua/articles/478/> 2. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: Монографія / За ред.. З.С. Варналія. – К.: Знання України, 2005. – 498 с. 3. **George B. Kleiner** A NEW THEORY OF ECONOMIC SYSTEMS AND ITS APPLICATION TO ECONOMIC POLICY STUDIES. RRC working paper serious #13 Russian Research Center The Institute of Economic Research, Hitotsubashi University March, 2009 // Доступ до електронного ресурсу: <http://www.kleiner.ru/podmen/tem/tem4.html>

О.О.ПЕРЕВАРЮХА, здобувач

ОРГАНІЗАЦІЙНО – ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ НАУКО ГРАДІВ В РЕГІОНАХ

Сфера науки - частина суспільства, і місце цієї сфери в ієрархії пріоритетів суспільства залежить від того, наскільки повно результати діяльності науки відповідають запитам суспільства. Сенс реформування науки в найзагальнішому вигляді полягає в тому, щоб, по-перше, уважно проаналізувати попит на знання на сучасному етапі в суспільстві і реформувати сферу науки так, щоб вона повністю відповідала запитам суспільства, і, по-друге, якщо є колективи вчених, які виробляють знання, не користуються попитом суспільства, спробувати сформувати попит на ці знання.

Аналіз нововведень і конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світовому ринку вимагає форсованого розвитку інновацій в базових галузях промисловості. Прийнятною формою для цього є будь структури, апробовані світовою практикою і, що дозволяють сконцентрувати фінансові та матеріальні ресурси на інноваційному розвитку. Найпоширенішою і є головним економічним інструментом прискорення НТП є науко градська концепція розвитку.

Науко град - найважливіший елемент сучасної ринкової системи, організаційна форма зрощування фірм, інноваційних компаній, вищих навчальних закладів, консультаційних, інноваційних та інших підприємств сфери послуг, відповідних підрозділів державних та муніципальних органів в єдиний механізм. Це спеціалізовані на випуску наукоємної продукції компактні науково-технологічні поселення, городки, де створено максимально сприятливі умови для життя, праці, відпочинку, освіти, задоволення культурних потреб і т.д.

У науко граду формується правове середовище для діяльності венчурних (ризикових) підприємств, відповідна матеріальна база, що дозволяє відбирати на конкурентній основі проекти для створення нової техніки і технологій, готувати кадри, орієнтовані на підприємницьку діяльність і нову технологію, проводити прикладні дослідження на сучасному рівні, коригувати розроблені технології, процеси для їх промислового освоєння, створювати підприємницькі структури і концентрувати наукові сили з того чи іншого напрямку НТП.

У результаті створюється всебічно підготовлена до інновацій середа для реалізації нових ідей у вигляді товарів, необхідних промисловості і конкурентоспроможних на світовому ринку.

Концепція науко граду, орієнтована на інноваційну модель, дозволить в умовах загальної кризи зберегти вітчизняне виробництво, модернізувати його, підняти в більш короткий термін до рівня конкурентоспроможності і створить всі умови для поліпшення соціально-економічного становища.

Важлива причина народження науко граду - потреба в розвитку технологій, а також нових наукомістких галузей виробництва, створюваних на базі таких технологій, як електроніка, мехатроніка, біотехнологія, випуск нових промислових матеріалів, спеціальна хімія, оптика, індустрія інформатизації, індустрія дозвілля, дизайн, будівництво та ін. причина популярності подібних побудов у багатьох країнах світу ідеї науко граду пов'язана з тим, що науко гради являють собою перспективну форму взаємодії науки і виробництва. Функціонування науко градусів можливо тільки на основі органічного з'єднання новітніх наукових ідей та впроваджувальної діяльності, доведеної до стадії масового випуску нової продукції. Науко гради долають відносну автономність науки і виробництва, перетворюють їх у зацікавлених партнерів. У цьому сенсі науко гради можна охарактеризувати як досить багатообіцяючий феномен, оскільки вже сьогодні абсолютно очевидно, що подальший розвиток виробництва просто неможливо без з'єднання його з наукою.

Створення науко граду сприяє «скупчування» всіх необхідних умов для розвитку високотехнологічного виробництва. Також відбувається вирівнювання недостатньо розвинених у соціально-економічному відношенні районів, змінюється їх інфраструктура.

Науко град є досить "молодим" явищем не тільки в нашій країні, але і в розвинених країнах. Саме тому він недостатньо добре вивчений. Однак необхідність його існування обумовлена його позитивним впливом на економічний і соціальний розвиток країни та регіонів.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1 - МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Мостовий С.П., Чекаліна Е.П., Картишова І.О. НОВАЦІЇ – ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ	3
Сікетіна Н.Г. МЕХАНІЗМ КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	4
Ганзуля Т.С. ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ РОБОЧОГО ЧАСУ ПІДПРИЄМСТВ	6
Доуртмес Ф.А. УПРАВЛЕНИЕ АДАПТАЦИЕЙ РАБОТНИКОВ	8
Жадан Л.В., Верютіна В.Ю., Локтіонова І.С. СУЧАСНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ	10
Івченко А.Ю. СТРАТЕГІЧНЕ ФІНАНСОВЕ УПРАВЛІННЯ У БАНКУ	11
Палиєнко А.А. РОЛЬ ИННОВАЦИОННОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ	13
Игнатъева Ю.И. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЕЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА	16
Кучер Т.О. ПРОБЛЕМЫ УРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УКРАИНЕ	18
Мірошніченко Ю.Ю. МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	19
Лісовська Г.О., Ларка М.І. ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПРИ ПРОВЕДЕННІ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН	23
Назаренко О.В. ПРОБЛЕМА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА РЫНКЕ ТРУДА В УКРАИНЕ	24
Передрий А.Э.Ю., Тютченко Ю.Ю., Ющенко С.А. ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ АУТСТАФФИНГА	26
Шилова К.В. ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМ СТИМУЛЮВАННЯ Й ОПЛАТИ ПРАЦІ В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ	29
Шуманська О.О. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАХОДІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ	31
Засульська З.А., Хомко О.В., Краснянська Н.Л. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	33
Риц Т.А. МЕХАНІЗМ УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ	35

Трапаїдзе С.М., Іванченко Г.В. ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ТОП-МЕНЕДЖЕРІВ В ПЕРІОД ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ	37
Верес Шамоши Марианн, Ткачева Н.П ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КОМПЕТЕНТНОСТИ	41
Гуцан А.Н. МОТИВАЦИОННОЕ ЯДРО ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ	43
Гуцан А.Н. КОРПОРАТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ КАК СОВРЕМЕННЫЙ МЕТОД НЕ МАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА	46
Кучинський В.А., Гуцан О.М. НЕМАТЕРІАЛЬНА МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ	48
Хан Т.Ф. МОДЕЛЬ СИСТЕМИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	50
Лісун Я.В., Сторожук Я.С. МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАПОБІГАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ НА ПІДПРИЄМСТВАХ У СФЕРІ ФОТОГРАФІЇ	52

СЕКЦІЯ 2 - ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА МАРКЕТИНГ

Грішина Д.І. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	54
Ларка М.І., Горжій Д.О. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ	55
Дмитренко Р.В. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС ПЛАНА ПРЕДПРИЯТИЯ	57
Дунь Н.Г. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	59
Жмінська Л.А. ТРАНСАКЦІЯ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ ТА ЇЇ ВИДИ	61
Дяченко Т.А. ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	62
Донець Н.М., Сіренко М.О. РОЛЬ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	64
Конаржевська О.Є. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО СУТНОСТІ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА	66
Неплюх Г.М. ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПРИБУТКУ	67
Омельченко А.И. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА – ЗАЛОГ ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	69
Писанко А.І. МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	71
Позднякова А.А. НАПРЯМКИ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	73

Поп Ю.В. ЕТИМОЛОГІЯ ПОНЯТТЯ «ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ» ПІДПРИЄМСТВА	75
Синческул И.А., Ларка Н.И. СЕГМЕНТАЦИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ КАК ПЕРВЫЙ ШАГ НА ПУТИ К УПРАВЛЕНИЮ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ	77
Слюсаренко О.Ю. ПЛАНУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА	79
Топчий Ю.А. ПЛАНИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА И ОПЛАТА ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ	80
Хижняк І.В. ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНУВАННЯ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	82
Чернищенко О.І., Ларка М.І. ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЯК ОСНОВА ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	84
Шаповалов О.Є. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	86
Сластьяникова А.І. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ	88
Бурліцька О.П. КАТЕГОРІЙНИЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ ТА ЙОГО ОСОБЛИВІСТЬ	90
Гомза О.О., Боженьова І.М. ОЦІНКА ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ	92
Дзісь О.В. ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ ЧИННИКІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	95
Динько Н.В. ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА	96
Криштапюк Г.О. РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	98
Осадча Г.Г., Щур М.В. БЮДЖЕТУВАННЯ – ОСНОВА УСПІХУ ПРАТ «СЛАВУТСЬКИЙ СОЛОДОВИЙ ЗАВОД»	100
Осадча Г.Г., Сулима І.В. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ	102
Синичко В.В. ТОРГОВІ МАРКИ ТА БРЕНДИ В РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	104
Медведовська Т.П. ІННОВАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ	106
Соловей О.М. БЕНЧМАРКІНГ ЯК МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	108
Столяр Н.О., Боженьова І.М. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	111

Цудна С.М. СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ЯЄЦЬ В УКРАЇНІ	113
Чурилов С.В. ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ЙОГО ЕЛЕМЕНТИ	116
Щербаківа К.Ю. ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	118
Гнесіна Н.В. МОЖЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ БІЗНЕСУ	120
Дяченко Т.А. ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	122
Хамад Хилал Махир Наиф СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ МАЛОЙ АВИАЦИИ В УКРАИНЕ	124
Сиром'ятникова О.В. ФОРМУВАННЯ РЕІНТЕГРАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В КРИЗОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	126
Ларка А.М. ЕВОЛЮЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПОГЛЯДІВ ВЧЕНИХ НА ПОНЯТТЯ «ВИТРАТИ»	128

СЕКЦІЯ 3 - ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ В ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Зеленчук Т.М. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	132
Грисенко А.О. ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АУДИТУ ПІДПРИЄМСТВ	134
Булгаков А.Д. ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТУВАННЯ ОПЕРАТИВНОЇ ОРЕНДИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	136
Булгаков А.Д. СЕБЕСТОИМОСТЬ СТРОИТЕЛЬСТВА: РЕКОМЕНДОВАННЫЙ БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ	138
Васьков В.Н. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПОСЛУГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗІ ЗБЕРІГАННЯ ЗЕРНА	141

СЕКЦІЯ 4 - УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

Беякова О.Т. ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	146
--	-----

Гончар Ю.В. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	147
Гридасова А.А. КЛАССИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИЙ И ИХ СПЕЦИФИКА	149
Даровських С.М. КОНСАЛТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК НЕОБХІДНИЙ ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	151
Дмитренко О.М. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ НАУКОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ	153
Камчатна-Степанова К.В. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	155
Ковальчук Т.Л. РОЛЬ ТА СКЛАДОВІ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	157
Марюхнич А.О. ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ В ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ	158
Котляр Я.О. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	160
Ольховська К.Г. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА У НЕВИРОБНИЧІЙ СФЕРІ	162
Сидоренко К.М. УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ	164
Улько М.П. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ	166
Шаханова Г.А. ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ	167
Кравченко А.А. ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНИЙ РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ФАКТОР ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ЖКГ	169
Мироненко Н.М., Чайка І.В. ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	173
Нагаєвський Д.І. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	176
Незговорова О.В., Чайка І.В. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ	177
Ромазанова И.Р. ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ОЦЕНКИ И ОТБОРА ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ	180
Смагіна Т.Ю. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗРОБКА ЕФЕКТИВНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ	182

Тужик К.Л. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ АПК ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС ТА УПРАВЛІННЯ НИМ	183
Щербина С.А., Чайка І.В. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	187
Бодрых О.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	189
Raqué Karl-Heinz, Кобелева Т.А. ПРЕДЕЛЫ ИННОВАЦИОННОГО РОСТА СТРАНЫ И ПРЕДПРИЯТИЯ	191
Яблонская-Агу Н.Л. ИССЛЕДОВАНИЕ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ	194
Коциски Д., Косенко А.П., Соколенко Т.Н. ТЕРМІНОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	197
Крамської Д.Ю., Пономаренко К.А. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	199
Колотюк О.І., Татєвосова К.А. МОДЕЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ	201
Крамської Д.Ю., Гайдамака Н.А. ФОРМУВАННЯ ТА МОНІТОРИНГ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	203
Кравченко С.М. ПРИОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ НАУКОЄМКОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ	207

СЕКЦІЯ 5 - ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРОВА ОХОРОНА ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Катков Є.О., Ларка М.І. ОБ'ЄКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК ОДНА З ОСНОВНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	211
Пиппаринен М.А. ЗАЩИТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В УКРАИНЕ	212
Ткачов М.М. СТОИМОСТНАЯ ОЦЕНКА ТОРГОВОЙ МАРКИ	214

**СЕКЦІЯ 6 - УПРАВЛІНСЬКІ ТА ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ
МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ
ТА ПІДПРИЄМСТВ, СОЦІАЛЬНІ ПРОЦЕСИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Александрова М.А. ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	217
Герман А.В. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ БЕНЧМАРКІНГУ В УКРАЇНІ	219
Зінченко С.С. ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	220
Дюгованець О.М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВЕНЧУРНОГО ФІНАНСУВАННЯ В УКРАЇНІ	222
Казарінов Д.В. ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД РЕГІОНАЛЬНОЇ ВАЛЮТНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	225
Середа Д.С., Чернодубов Р.Д. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	226
Трушевская Е.В. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАНЯТОСТИ В УКРАИНЕ	228
Резніченко А.В. ІННОВАЦІЙНА ЛЮДИНА – БАЗОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ТЕХНОЛОГІЧНО СПРОМОЖНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ	230
Савченко Н.В. МЕТОДИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНИХ РИЗИКІВ В РАМКАХ МОНІТОРИНГУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ	234
Переварюха О.О. ОРГАНІЗАЦІЙНО – ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ НАУКО ГРАДІВ В РЕГІОНАХ	236

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Наукове видання

ТРУДИ

III - ї Міжнародної науково-практичної Internet – конференції
студентів та молодих вчених

**«Стратегії інноваційного розвитку економіки України:
проблеми, перспективи, ефективність»**

7 грудня 2012 року
м.Харків

Редактори:

**Перерва Петро Григорович
Строков Євген Михайлович
Гуцан Олександр Миколайович**

Верстка та оригінал-макет:

Строков Є.М.

Підписано до друку: 5.12.2012 р. Формат 60x84/16
Папір офсетний. Друк офсетний.
Ум. друк. а 13,5
Тираж 300 екз

Надруковано в типографії ФАП Воронюк В.В.
м. Харків, пл. Руднева, 4
тел. (057) 757-93-82